PER L. BYLUND

O INTRODUCERE ÎN ECONOMIE

PER L. BYLUND

O introducere în ECONOMIE

Terra Libertas

2026

Per L. Bylund, doctor în științe, este cercetător principal la Institutul Mises, profesor asociat de antreprenoriat și titular al catedrei Johnny D. Pope în cadrul Școlii de Antreprenoriat a Spears School of Business de la Universitatea de Stat din Oklahoma, precum și cercetător asociat la Institutul Ratio din Stockholm. Anterior, a ocupat funcții didactice la Universitatea Baylor și la Universitatea din Missouri. Dr. Bylund a publicat lucrări de cercetare în reviste de prestigiu din domeniul antreprenoriatului și managementului, precum și în *Quarterly Journal of Austrian Economics* și *Review of Austrian Economics*. Este autorul a trei cărți: *How to Think about the Economy: A Primer* (2022)*; The Seen, the Unseen, and the Unrealized: How Regulations Affect our Everyday Lives* (2016)și *The Problem of Production: A New Theory of the Firm*. Bylund a editat *The Modern Guide to Austrian Economic*s și *The Next Generation of Austrian Economics: Essays In Honor of Joseph T. Salerno*.

Ediția princeps:

Per L. Bylund

How to Think about the Economy: A Primer

Mises Institute, Auburn, 2022

Cuprins

Prefaţă..... 7
I. Economia..... 8
1. Ce este economia..... 9
Economia..... 9
Problema economică..... 10
Economia ca înţelegere..... 11
2. Teoria economică..... 13
Punctul de pornire..... 13
Analiza acţiunii umane..... 14
Geniul axiomei acţiunii..... 15
3. Cum să facem economie..... 17
Semnificaţia schimbului..... 17
Preţ şi valoare..... 18
Mecanismul preţurilor..... 20
Metoda pas cu pas..... 21
Economia ca ştiinţă socială..... 23
II. Piaţa..... 25
4. Un proces, nu o fabrică..... 26
Un proces coordonat..... 27
Inovare continuă..... 28
Incertitudine permanentă..... 30
5. Producţia şi spiritul antreprenorial..... 32
Producţia pentru depăşirea penuriei..... 32
Capital şi producţie..... 35
Rolul antreprenorului..... 38
Antreprenorii fac greşeli..... 40
6. Valoare, bani şi preţ..... 43
Problema măsurării valorii..... 43
Utilizarea banilor..... 44
Apariţia banilor..... 46
Importanţa banilor..... 47
Preţuri monetare..... 49
Moneda fiduciară şi inflaţia preţurilor..... 51
7. Calculul economic..... 52
Natura unei economii productive..... 53
Forţa motrice..... 58
Producerea de valoare..... 60
Antreprenoriat şi management..... 63
III. Intervenţionismul..... 65
8. Intervenţionismul monetar..... 66
Ciclul de expansiune și prăbușire..... 66
Rata de rentabilitate şi investiţiile de capital..... 66
Cauza şi natura boom-ului artificial..... 69
Punctul de cotitură..... 72

Măsuri corective..... 75
9. Intervenția de reglementare..... 77
Cele văzute..... 77
Cele nevăzute..... 78
Cele nerealizate..... 80
Concluzii: Acţiune şi interacţiune..... 83
Lecturi suplimentare..... 85

Prefață

Această cărticică a fost scrisă pentru a realiza ceva important: alfabetizarea economică. Este intenționat foarte scurtă pentru a fi mai degrabă atractivă decât intimidantă, așa cum sunt de obicei cărțile de economie. Dacă am reușit să îndeplinesc această condiție, tu, cititorule, vei dobândi o înțelegere a modului în care funcționează economia care îți va schimba viața, practic în cel mai scurt timp. Este vorba de multă valoare la un cost foarte scăzut.

Dacă am reușit să depășesc așteptările, această carte vă va face și pe dumneavoastră să fiți entuziasmați de ceea ce economia are de oferit. Deoarece cunoștințele economice deschid mințile. Raționamentul economic solid este un instrument extrem de puternic pentru înțelegerea economiei și a societății. Descoperă ce se întâmplă sub suprafață și de ce lucrurile sunt așa cum sunt. De fapt, alfabetizarea economică este necesară pentru a înțelege corect lumea.

Dar este, de asemenea, foarte posibil să fi eșuat în demersul meu. Dacă da, aș aprecia dacă mi-ați spune ce credeți că am greșit și cum aș fi putut să o fac mai bine. Sunt ușor de găsit pe internet, așa că vă rog să-mi împărtășiți comentariile dumneavoastră. Vă rog să dați cartea mai departe altcuiva. S-ar putea să aibă mai mult noroc și să obțină mai mult de la ea. În orice caz, cartea nu ar fi trebuit să vă coste mult - este destul de ieftină. Și poate ați învățat totuși ceva?

În pregătirea acestui manuscris, am beneficiat de discuții, feedback și sugestii din partea multor persoane. Mulțumesc în mod special lui Porter Burkett, Susanne Bylund, Richard Gajan, David Gordon, Jonathan Newman și Mikael Nordin, care au oferit feedback cu privire la versiunile anterioare ale manuscrisului. Orice erori care au mai rămas sunt în întregime din vina mea.

Mulțumesc sincer și numeroaselor persoane care au donat cu generozitate pentru a face posibilă apariția acestei cărți, precum și Institutului Mises pentru că mi-a oferit această oportunitate de a pune teoria economică austriacă la dispoziția publicului larg într-un format scurt, accesibil și ușor de înțeles.

Per Bylund
Tulsa, Oklahoma
Iulie, 2022

I. Economia

1. Ce este economia

Economia este un domeniu captivant.

Economia de altădată a încercat să descopere cum funcționează lumea. Ea a arătat, sau chiar a dovedit, că există o ordine naturală. Haosul aparent este structurat. Economia are un fel de viață proprie: are o natură. Acest lucru înseamnă nu numai că o putem studia și că putem învăța despre căile sale, ci și că nu suntem liberi să o manipulăm după bunul plac și că nu o putem face să funcționeze în moduri pe care le-am prefera, dar care nu sunt în conformitate cu natura sa. Există „legi" după care funcționează economia, iar acestea sunt imuabile. În ultimele trei secole, economia s-a axat pe identificarea, învățarea și înțelegerea acestor legi.

Pentru a înțelege economia este esențial să recunoaștem că este vorba despre acțiuni și interacțiuni umane. De fapt, economia înseamnă oameni care acționează și interacționează. Este puțin sau nimic altceva. Avem tendința de a ne gândi la economie în termeni de resurse, mașini, întreprinderi și poate locuri de muncă. Dar aceasta este o simplificare care induce în eroare. Acestea sunt importante, dar toate sunt mijloace pentru atingerea scopurilor. Economia se referă la *utilizarea mijloacelor pentru a atinge scopurile*. Altfel spus, este modul în care acționăm pentru a ne satisface dorințele, pentru a ne face o situație mai bună. Mai simplu spus, economia constă în crearea de valoare.

Mijloacele noastre sunt limitate, dar dorințele noastre nu sunt. Trebuie să ne dăm seama cum să facem cât mai mult cu puținul pe care îl avem. Dacă alegem să urmărim un scop, atunci nu putem folosi aceleași mijloace pentru a urmări și alte scopuri. Cu alte cuvinte, există întotdeauna un compromis. Fiecare alegere pe care o facem și fiecare acțiune pe care o întreprindem înseamnă că renunțăm la ceea ce nu am ales. Fie vă plimbați cu mașina, fie stați acasă. Nu le puteți face pe amândouă în același timp. Puteți să vă folosiți banii pentru a cumpăra un lucru sau pentru a cumpăra altul. Sau vă puteți economisi banii pentru altă dată. Dar aceiași bani nu pot fi folosiți atât pentru a cumpăra ceva, cât și pentru a fi economisiți. Alegerea unui lucru înseamnă că nu l-ai ales și nu-l poți alege pe celălalt. Alegând un lucru în locul altuia, *acționând*, clasificăm valoarea lucrurilor pentru noi — *economisim*. Economia este economisirea noastră a tuturor.

Economia

Economia este o ordine neplanificată. Este ceea ce apare atunci când oamenii își văd de treburile lor, când acționăm și interacționăm așa cum credem de cuviință.

Economistul francez din secolul al XIX-lea Frédéric Bastiat a surprins acest lucru într-o întrebare: „Cum se hrănește Parisul?” Trăind într-un oraș mare, parizienii nu produc alimente, dar au totuși acces la ele din abundență. Întrebarea importantă este cum se ajunge la această situație. La urma urmei, nu există un plan central care să stabilească tipurile și cantitățile de alimente care vor fi oferite parizienilor și când. Nimeni nu le spune fermierilor când și ce să semene, ce teren să folosească pentru fiecare cultură, ce unelte să folosească sau să dezvolte, sau în ce orașe, comune sau piețe să își vândă produsele și la ce prețuri. Toate acestea *se întâmplă pur și simplu*. Economia este un sistem descentralizat și distribuit în care toți oamenii — fermieri și orășeni deopotrivă — își fac propriile planuri și iau propriile decizii. Ei nu execută pur și simplu ordinele primite de la un comandament central.[1]

Scopul științei economice este de a înțelege modul în care funcționează o economie, în toate formele sale: natura și funcționarea procesului general prin care oamenii iau propriile decizii, acționează și interacționează după cum consideră necesar. Economia nu are nici plan și nici planificator. Ea nu are nici măcar un scop. Ea pur și simplu există.

Dar oamenii au obiective. Ei au nevoi și dorințe pe care se străduiesc să le satisfacă prin diferite mijloace. Unele lucruri sunt furnizate de natură, dar majoritatea necesită un efort din partea oamenilor pentru a le produce. Acestea sunt bunurile și serviciile care satisfac orice dorință a noastră. Producția este esențială pentru economie: este vorba despre furnizarea unui număr cât mai mare de mijloace pentru a satisface cât mai multe dorințe extrem de valoroase.

Problema economică

Producția este o problemă. Nu este vorba doar de câte resurse sunt disponibile. Nu există o relație constantă între input și output. De foarte multe ori, mai multe intrări pot produce mai multe ieșiri, este adevărat. Dar, prin inovații, obținem mai multă producție per intrare - creștem productivitatea. Acest lucru este și mai evident atunci când vorbim despre valoarea producției și nu doar despre cantitate. Valoarea nu este niciodată automată. Se pot utiliza o mulțime de resurse pentru a produce ceva care se dovedește a fi destul de lipsit de valoare. Dacă realizez o pictură, rezultatul așteptat va avea o valoare redusă, indiferent de efortul meu sau de cantitatea de vopsea folosită. Aceeași

[1] În multe economii, guvernul joacă un rol important, adesea sub forma unui comandament central. Vom discuta acest aspect în secțiunea 3. Pentru moment, ne vom concentra asupra economiei în sine - adică asupra modului în care lucrurile se rezolvă de la sine și fără o comandă sau un plan central.

pânză și aceeași vopsea folosite de Vincent van Gogh ar crea ceva de o valoare mult mai mare. Plasarea semnăturii sale pe pictura mea ar crește valoarea picturii mele. Dar semnătura mea pe tabloul său i-ar diminua valoarea.

Singura relație care există între intrări și ieșiri este că intrările trebuie să fie folosite pentru a produce ieșiri. Nu putem crea ceva din nimic.

Problema economică nu este producția în sine, ci economisirea acestei producții. Este vorba despre problema care apare pentru că nu avem mai multe resurse decât cele pentru care putem găsi utilizări. Cu alte cuvinte, resursele sunt limitate. Prin urmare, este de datoria noastră să ne dăm seama cum pot fi utilizate resursele noastre pentru a produce cel mai bun rezultat posibil (în termeni de valoare). Am devenit din ce în ce mai buni la acest capitol, în special în ultimele câteva secole. Timp de mii de ani, am făcut foarte puține progrese, dar brusc, odată cu ceea ce se numește industrializare, națiune după națiune a început să iasă din sărăcie prin descoperiri în producție. Interesul pentru economie coincide cu această evoluție.

De aici și titlul tratatului extrem de influent al lui Adam Smith: *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Titlul atrage atenția asupra celor două dimensiuni ale bogăției (prosperității) naționale care sunt încă esențiale pentru economie: *natura* bogăției și *cauzele* acesteia. Natura bogăției se referă la modul în care ar trebui să o înțelegem, la ceea ce o compune și la modul în care economia ca sistem se raportează la teoria valorii ca satisfacție personală. Cauzele bogăției se referă la originile și procesele particulare care au dus la apariția acestei prosperități. Dacă le înțelegem corect, putem scoate oamenii din sărăcie și putem crea o societate din ce în ce mai prosperă.

Știința economică, ca studiu al modului în care funcționează economia, este, prin urmare, și știința modului în care se creează prosperitatea.

Economia ca înțelegere

A fi economist înseamnă a studia economia ca un proces continuu. Scopul este de a înțelege cum funcționează și natura sa. Este vorba despre descoperirea naturii și a cauzelor acelor procese, mecanisme și ordini universale pe care le identificăm drept economie. De aici învățăm despre prosperitate și, mai important, cum să producem mai multă prosperitate și să ne asigurăm că mai mulți oameni beneficiază de ea.

Pentru a înțelege cum funcționează economia, trebuie să fim umili în fața faptului că ea există și că are o ordine - are o natură. Sarcina economistului nu este de a prezice detaliile viitorului, ci de a descoperi procesele subiacente care produc rezultatele economice pe care le

putem observa. Cu alte cuvinte, trebuie să dezvoltăm o logică pentru a înțelege fenomenele și comportamentul economic agregat - o teorie economică. Economia este un cadru pentru a gândi și a raționa despre economie, pentru a înțelege ce se întâmplă. O „intuiție”, dacă vreți.

De aici rezultă că învățarea economiei înseamnă în mod fundamental dobândirea de cunoștințe economice, astfel încât să putem înțelege mai bine lumea din care facem parte. Lumea reală, nu lumea inventată pe care o găsim în modelele formalizate. După cum a spus Ludwig von Mises, „Economia se ocupă de omul real, slab și supus erorii, așa cum este el, nu de ființe ideale, omnisciente și perfecte, așa cum numai zeii ar putea fi”. Da, exact.

2. Teoria economică

Ca și alte științe și domenii de studiu, economia este un ansamblu de teorii. Teoria este o colecție de explicații care ne permite să înțelegem ceva. Teoria economică ne permite să *înțelegem cum funcționează o economie*. Ea explică funcționarea economiei ca întreg, astfel încât să putem înțelege semnificația, impactul, originile și evoluția fenomenelor economice.

Pentru ca teoria să fie credibilă și utilă, ea trebuie să ofere o imagine coerentă. Dacă nu o face, atunci unele dintre explicațiile sale sunt contradictorii. Contradicțiile sunt un semn că ceva este greșit. Așadar, corpul unei teorii trebuie să fie riguros din punct de vedere logic și trebuie să formeze un întreg coerent. Aceasta înseamnă că trebuie să fie consecventă cu ipotezele fundamentale pe care se bazează - trebuie să fie fidelă primelor principii.

Dar nu este suficient să produci un întreg coerent pe baza primelor principii dacă acele principii sunt ele însele eronate. La urma urmei, este posibil să se elaboreze o teorie coerentă din punct de vedere intern pe baza unor ipoteze greșite. Astfel de sisteme pot părea foarte convingătoare pentru că sunt coerente, dar totuși nu reușesc să ofere o înțelegere reală, deoarece fiecare explicație se bazează pe ceva care nu este adevărat și poate nici măcar rezonabil. Nu ați vrea să traversați un pod proiectat de un inginer care crede că hârtia este mai rezistentă decât fierul. Nu contează cât de exactă este matematica utilizată sau cât de sofisticată este proiectarea - presupunerea este greșită și, prin urmare, podul nu este fiabil. Acesta nu poate susține greutatea preconizată, chiar dacă toate calculele sunt exacte. Același lucru este valabil și pentru teoria economică: aceasta trebuie construită pe principii solide și ipoteze credibile.

În consecință, pentru ca o teorie să explice în mod adecvat cum funcționează lumea, trebuie să fie coerentă din punct de vedere intern *și* să se bazeze pe ipoteze reale. O teorie nu poate îndeplini doar unul dintre aceste criterii și să ne ofere în același timp o înțelegere reală a lumii; ea trebuie să le îndeplinească pe amândouă.

Punctul de pornire

Știința economică se bazează pe conceptul de acțiune umană ca fiind un comportament intenționat. Aceasta înseamnă că, atunci când oamenii acționează, încearcă să realizeze ceva. Aceasta nu înseamnă că ei sunt întotdeauna corecți sau că fac „ceea ce trebuie” (oricare ar fi acesta). Înseamnă însă că motivul pentru care încearcă să obțină un rezultat este acela că *apreciază* într-un fel sau altul rezultatul așteptat. Ce prețuiesc, de ce îl prețuiesc și dacă este rezonabil sau rațional să

facă acest lucru este irelevant. Astfel de lucruri depășesc sfera de aplicare a teoriei economice. Ceea ce contează este că acțiunea lor este motivată de rezultatul așteptat.

Poate părea ciudat că economia nu se ocupă de motivul pentru care oamenii apreciază unele lucruri, dar nu și altele. Dar nu este așa. Visele, fanteziile și imaginația oamenilor au relevanță economică doar dacă sunt *puse în practică*. La urma urmei, dacă aveți un vis pe care nu îl puneți în aplicare, nu îl transformați în realitate. Acesta rămâne doar un vis. Visul în sine nu face nicio diferență în lume; simpla dorință nu îl face real.

Așadar, acțiunea este un punct de plecare destul de logic pentru studierea realității sociale. Acțiunea este modul în care facem schimbări în lume.

Analiza acțiunii umane

Recunoașterea acțiunii pentru ceea ce este — un comportament intenționat — este surprinzător de puternică. Aceasta ne oferă informații despre afacerile umane mult peste ceea ce majoritatea oamenilor cred că este posibil. De fapt, economistul Ludwig von Mises a arătat că teoria economică poate fi derivată din acest concept simplu.

Să ne uităm la tipurile de lucruri pe care le putem învăța despre lume prin simpla detaliere a semnificației acțiunii umane. Am subliniat deja faptul că acțiunile sunt întreprinse în anumite scopuri care au sens pentru actant. Știm că acțiunile sunt îndreptate către obținerea a ceva — un rezultat — pe care actantul îl consideră benefic. Cu alte cuvinte, acțiunile sunt menite să realizeze ceva ce actantul prețuiește personal.

Deoarece actanții încearcă să obțină ceva, rezultă că nu au obținut deja acel lucru și că întreprind acțiuni pentru a se simți mai bine decât sunt deja. În consecință, ajungem la concluzia că există lucruri pe care actanții le doresc și pe care nu le au, dar pe care cred că le pot obține prin întreprinderea unei acțiuni care, în opinia lor, le-ar îmbunătăți situația. Cu alte cuvinte, acțiunile sunt fundamental *cauzale*: acționăm deoarece credem că putem aduce o anumită schimbare.

Concluzionăm, de asemenea, că actanții cred că acțiunea lor este cea mai bună sau singura modalitate de a obține rezultatul. Altfel, de ce ar întreprinde acțiunea? Faptul că nu au făcut-o încă sugerează fie că nu erau conștienți de această posibilitate, fie că nu dispuneau de mijloacele necesare pentru a acționa în consecință, fie că alte scopuri erau mai importante. Toate acestea sugerează că există penurie - că nu există mijloace suficiente pentru a satisface toate dorințele - și că actantul face alegeri. Faptul că actantul trebuie să aleagă implică faptul

că el sau ea trebuie să facă compromisuri. Cu alte cuvinte, actantul *economisește.*

Putem conchide, de asemenea, că acțiunea umană este, de fapt, întotdeauna o acțiune *individuală*, motivată de un scop personal valoros și îndreptată spre acel scop. Alte persoane pot avea în vedere același rezultat, iar pentru a fi fezabilă, o acțiune poate necesita colaborare, dar acest lucru nu schimbă faptul că fiecare persoană acționează. Oamenii pot alege să acționeze în comun, dar acestea sunt alegeri individuale. Grupul în sine nu acționează. Faptul că patru persoane colaborează pentru a ridica și muta un pian nu înseamnă că grupul a ridicat pianul, ci că cele patru persoane și-au coordonat eforturile individuale în vederea acestui scop comun. Cu alte cuvinte, economia este *metodologic individualistă*.

Lucruri precum firmele de afaceri, grupurile și guvernele există și au un efect real asupra modului în care acționează oamenii. Dar nu putem înțelege cum, fără să recunoaștem și faptul că oamenii din întreprinderi, grupuri și guverne acționează. Recunoscând acest lucru, înțelegem că actorii din cadrul grupurilor pot avea obiective care contrazic obiectivele declarate ale grupului și, prin urmare, există tensiuni și unii oameni pot acționa în moduri care subminează obiectivele declarate ale grupului. Acest lucru nu ar fi fost posibil dacă am fi presupus că grupul acționează în sine.

Geniul axiomei acțiunii

Economia utilizează raționamentul logic pentru a descoperi procesele care alcătuiesc economia și recunoaște că motivația acțiunii este personală - că valoarea este subiectivă. Subiectivitatea valorii le permite economiștilor să formuleze o teorie realistă și fiabilă care explică prețurile ca rezultat al evaluărilor personale marginale. Deoarece indivizii aleg între acțiuni, ei trebuie să își clasifice opțiunile. Ei fac acest lucru în mod subiectiv, pe baza valorii anticipate pe care se așteaptă să le ofere rezultatul acțiunii.

Nu prețuim niciodată lucrurile în sine, ci pentru satisfacția pe care credem că ne-o pot oferi. Un pahar de apă în deșert este probabil mai satisfăcător decât un pahar de apă în timp ce lenevim pe canapeaua de acasă. De ce? Pentru că apreciem lucrurile în funcție de satisfacția pe care ne-o pot oferi în situația în care ne aflăm. Atunci când lenevim pe canapea, cea mai mare satisfacție pe care o putem obține de la un pahar cu apă nu este nici pe departe la fel de mare ca atunci când încercăm să rămânem hidratați și în viață într-un deșert. Și cu cât avem mai mult din ceva, cu atât mai mică este satisfacția de a mai folosi încă o unitate. De fapt, fiecare unitate din ceva este evaluată la satisfacția pe care o

putem obține din ultima unitate (marginală). Astfel, în orice situație, dacă avem trei pahare cu apă, fiecare dintre ele este mai puțin valoros decât dacă am fi avut doar două. Dar mai mult decât dacă am fi avut patru. Pentru că valoarea pentru noi a fiecărui pahar este satisfacția pe care o aduce - valoarea cea mai mică și marginală. Acesta este motivul pentru care acționăm diferit în funcție de numărul de pahare pe care le avem și de cât de importante sunt aceste lucruri pentru noi - ce satisfacții ne așteptăm să obținem de la ele.

Cu alte cuvinte, acțiunea face legătura între evaluările subiective care se află în mintea noastră - clasificările noastre ale rezultatelor posibile ale acțiunilor noastre - și lucrurile care există în afara minții noastre. Acțiunea este puntea dintre evaluările personale, care nu pot fi măsurate, și rezultatele din lumea reală. Înțelegând acțiunea ca punct de plecare al raționamentului economic, faptul că valoarea este subiectivă nu reprezintă nicio problemă pentru înțelegerea producției de bunuri și servicii și a altor fenomene economice. Nu trebuie să știm ce sau de ce apreciază oamenii, ci doar că apreciază. Și că acționează în consecință.

Toate fenomenele economice - alocarea resurselor, prețurile pieței, ciclurile economice - sunt rezultatul acțiunilor umane, despre care știm că sunt întotdeauna intenționate și cu scop economic. Prin urmare, sarcina economiștilor este de a înțelege economia și tot ceea ce implică aceasta din perspectiva cauzei ultime: acțiunea.

3. Cum să facem economie

Economiei i se reproșează adesea că este „ideologică” - că promovează piețele libere. Aceasta este o neînțelegere.

Piața liberă în economie este un model - un instrument analitic. Acesta exclude circumstanțele și influențele complicate și ne permite să studiem fenomenele economice de bază ca atare, astfel încât acestea să nu fie confundate cu alte efecte. În domeniul științelor economice, suntem interesați să înțelegem natura și relațiile forțelor economice. Cu alte cuvinte, excludem lucrurile care împiedică economia, cum ar fi reglementările, care se impun asupra comportamentului oamenilor și, prin urmare, asupra rezultatelor economice. Rezultatul este o economie în care doar forțele economice sunt în joc - o „piață liberă”.

Modelul pieței libere servește aceluiași scop ca și studiul obiectelor în cădere liberă în fizică. Modelul căderii libere exclude elemente precum rezistența aerului pentru a studia efectele atracției gravitaționale. Nu ar fi posibil să se stkbjkiudieze atracția gravitațională fără a o separa de alte forțe care au, de asemenea, un efect asupra obiectelor și care pot adăuga sau scădea din efectul gravitației. Economia utilizează modelul pieței libere sau fără obstacole în același mod: pentru a studia forțele economice fără influența altor lucruri. Trebuie să știm cum funcționează economia în sine înainte de a putea studia influențele asupra acesteia.

Știința economică promovează și susține piețele libere la fel de mult cum fizica promovează căderea liberă. Raționamentul economic nu se poate lipsi de modelul pieței libere.

Semnificația schimbului

Știința economică se bazează pe raționamentul economic - utilizarea logicii pentru a înțelege de ce/ de ce nu și când/ când nu. Acesta este modul în care înțelegem ceea ce vedem și descoperim procesele economice subiacente. Să ilustrăm cu exemplul unei tranzacții de schimb de bază între două persoane, Adam și Beth.

Să spunem că Adam îi oferă lui Beth un măr, iar Beth îi dă lui Adam un litru de lapte în schimb. Există două moduri în care putem analiza acest schimb. Una este să îl studiem empiric, observând schimbul în viața reală și colectând date „obiective”, adică măsurabile, înainte, în timpul și după schimb. Folosind aceste date, putem apoi descrie ce s-a întâmplat și putem căuta o explicație.

Nu este nevoie să intrăm în detalii pentru a vedea cum această metodă este nepotrivită pentru a înțelege semnificația schimbului pentru raționamentul economic. Chiar și studiind schimbul empiric în detaliu,

nu am putut descoperi de ce mărul a trecut din posesia lui Adam în posesia lui Beth, de ce laptele a trecut în cealaltă parte sau chiar dacă aceste două transferuri sunt legate între ele. Datele observabile nu au nicio semnificație; ele nu ne pot spune nimic în plus față de simplele fapte observabile privind cine și când posedă ce. Strict vorbind, datele nici măcar nu ne pot spune că a existat un *schimb..*

Știința economică înseamnă mai mult decât a oferi descrieri precum „Adam are un măr și Beth are lapte” și că un minut mai târziu „Beth are mărul și Adam are laptele”. Este vorba despre înțelegerea faptului că acesta a fost un schimb și despre ce înseamnă schimbul pentru părțile participante. Știm că trebuie să însemne ceva pentru că au *ales* să o facă. Schimbul nu a fost doar rezultatul anumitor stimuli externi. Schimbul nu este automat.

Dar pentru a studia acest lucru, trebuie să raționăm pornind de la înțelegerea noastră a ceea ce fac Adam și Beth. Cu alte cuvinte, recunoaștem - folosind ceea ce numim înțelegere a priori - că amândoi acționează de fapt și, prin urmare, că încearcă să realizeze ceva. Acțiunea umană, după cum ne reamintește Ludwig von Mises, este un comportament cu scop.

Cu această înțelegere, putem vedea cu ușurință că acesta este de fapt un schimb: Adam și-a schimbat mărul pentru laptele lui Beth. Deoarece Adam și Beth au făcut schimb de bunuri, știm, de asemenea, că - cu excepția cazului în care unul dintre ei a fost constrâns sau înșelat - amândoi se așteptau să le fie mai bine cu ceea ce au primit în schimb. Așadar, au făcut schimb *pentru că* Adam apreciază laptele mai mult decât mărul, iar Beth apreciază mărul mai mult decât laptele.

Această concluzie ar putea părea evidentă, și ar trebui să pară: cu toții avem această înțelegere de bază a acțiunii umane ca un demers intenționat pentru a atinge un scop pe care îl considerăm mai valoros. Acționăm pentru că dorim o anumită schimbare și pentru că credem că schimbarea va fi mai bună într-un anumit sens.

Pe baza acestei înțelegeri fundamentale, putem da sens schimbului dintre Adam și Beth. S-ar putea să nu fim de acord cu evaluările lor, dar nu trebuie să fim. Înțelegem în continuare că schimbul voluntar trebuie să se bazeze pe „dubla coincidență a dorințelor” părților - că atât Adam, cât și Beth se așteptau să le fie mai bine în urma schimbului (altfel nu ar fi ales să facă schimbul).

Preț și valoare

În exemplul nostru, Adam și Beth nu au fost împiedicați în schimbul lor economic - o tranzacție pe piața liberă. Este un exemplu foarte

simplificat, dar simplificarea nu este o problemă. Este un avantaj, deoarece ne permite să identificăm procesele și mecanismele de bază. Nu am fi obținut nicio înțelegere suplimentară dacă am fi complicat exemplul schimbului cu reglementări, cerințe de licență, definiții juridice, directive privind sănătatea, taxe etc. Includerea acestor lucruri ar fi îngreunat de fapt înțelegerea a ceea ce se întâmplă de fapt. Ar fi fost prea multe lucruri implicate care ar fi putut afecta procesul decizional al lui Adam și Beth.

Prin urmare, este logic să studiem schimbul ca pe un simplu schimb, fără factori care complică situația, astfel încât să putem afla semnificația schimbului ca atare. Acest lucru înseamnă, de asemenea, că putem adăuga mai mulți factori pentru a vedea cum schimbă aceștia rezultatul și pentru a afla cum se raportează acești factori la schimb sau cum influențează schimbul. Facem acest lucru pas cu pas, pornind de la bază și adăugând apoi alți factori. Dacă nu înțelegem schimbul în sine, atunci nu putem înțelege nici modul în care alte lucruri îl afectează.

Poate că Beth este o producătoare de lactate căreia îi plac foarte mult merele pe care Adam le cultivă în livada sa și ar fi dispusă să schimbe până la un galon întreg (patru litri) de lapte pentru a obține un singur măr. Poate că ea crede că merele lui Adam sunt atât de bune. Prin urmare, „plata” unui litru este o afacere excelentă pentru ea. Nu e de mirare că este de acord cu schimbul!

Dar același lucru este valabil și în sens invers. Trebuie să conchidem că și Adam consideră că un litru de lapte este un „preț” bun pentru a merge mai departe cu schimbul. El prețuiește mai mult un litru de lapte Beth decât un măr. Dacă nu ar fi așa, schimbul nu ar avea loc. Așadar, deși este adevărat că Adam ar fi putut primi mai mult lapte pentru măr - de patru ori mai mult - litrul pe care îl primește în mod evident face ca schimbul să merite. Poate că ar fi fost dispus să plătească două mere pentru un litru de lapte. Atunci, plata unui singur măr este totuși o afacere bună din perspectiva evaluării sale personale.

Dar nu avem nevoie să cunoaștem evaluările reale ale lui Adam și Beth. De fapt, ei înșiși nu vor trebui să știe acest lucru. Tot ceea ce contează este că amândoi consideră că schimbul „merită”. „Prețul” pe care îl plătesc nu va fi mai mare decât evaluarea lor a ceea ce primesc în schimb. De exemplu, dacă Adam nu ar fi acceptat nimic sub cinci litri de lapte pentru un măr, atunci nu ar fi existat niciun schimb. Pentru că asta nu ar fi meritat pentru Beth.

Pare evident? Da, dar am învățat multe elaborând ceea ce trebuie să se întâmple pentru ca un schimb să aibă loc. Am stabilit condițiile

necesare schimbului (ambele părți trebuie să se aștepte să câștige din acesta, „prețul” pe care fiecare îl plătește nu poate fi mai mare decât evaluările lor respective cu privire la ceea ce primesc în schimb) și am făcut distincția între schimbul voluntar, care trebuie să fie pentru câștig reciproc, și transferul involuntar (cum ar fi furtul). Deși nu am detaliat acest din urmă aspect, este ușor de observat că niciuna dintre părți, sau ambele, nu ar accepta un schimb care nu este în beneficiul lor decât dacă ar fi constrânse. Sau dacă sunt păcălite cumva sau dacă este implicată o fraudă.

Mecanismul prețurilor

Să adăugăm o a treia persoană, Charlie, care cultivă pere. Beth este încântată de această noutate delicioasă și își schimbă bucuroasă tot laptele pentru un coș plin de pere. Adică trei galoane (doisprezece litri) pentru cincisprezece pere. Apoi vine Adam și încearcă să repete schimbul de ieri cu Beth, dar Beth a rămas deja fără lapte. A doua zi, Adam o vizitează pe Beth mai devreme pentru a avea șansa de a „cumpăra” lapte înainte ca Charlie să-l ia pe tot. Lui Beth îi plac perele lui Charlie mai mult decât merele, dar Adam spune că este dispus să îi ofere lui Beth două mere pentru un litru de lapte. Pentru că laptele ei cumpără acum de două ori mai multe mere decât înainte, Beth ia în considerare oferta.

Acest exemplu simplu oferă acum o perspectivă asupra modului în care funcționează *mecanismul prețurilor.* Prețurile sunt raporturi de schimb. Acestea nu sunt determinate la întâmplare, ci prin clasificarea diferitelor bunuri de către oameni. Putem vedea că există limite în ceea ce privește prețurile. Limita lui Beth este un galon de lapte pe măr. Ea nu crede că ar merita să plătească mai mult. Dar cu noua oportunitate de a face schimb cu pere, Beth nu mai consideră că merită să cumpere mere chiar și la prețul unui litru de lapte. Acest lucru este evident din faptul că ieri a cumpărat numai pere. Evaluarea ei pentru un măr s-ar putea să nu se fi schimbat, dar ea apreciază mai mult oferta pe care o poate obține pentru pere. Deciziile noastre de cumpărare se bazează pe astfel de comparații de valoare. Acestea sunt relative: urmărim ceea ce prețuim cel mai mult, iar prețurile pe care le plătim sunt limitate de evaluarea noastră a ceea ce primim și a ceea ce oferim drept plată.

Putem folosi acest exemplu pentru a stabili care ar fi ratele (prețurile) de schimb pe piața liberă între mere, pere și lapte, având în vedere evaluările actuale ale lui Adam, Beth și Charlie. Pentru Beth, merită să schimbe un litru de lapte pentru un măr. Dar nu și dacă poate obține cinci pere pentru un galon de lapte - aceasta este o afacere mai bună pentru ea. Adam oferă acum două mere pentru fiecare litru de lapte,

ceea ce Beth ia în considerare. Dacă acceptă oferta, atunci se pare că Beth apreciază perele undeva între unu și două mere. Nu putem fi mai exacți de atât, chiar dacă presupunem că gustul lui Beth pentru mere și pere nu se schimbă. Ceea ce putem face este să înregistrăm ratele de schimb de-a lungul timpului. Se pare că un măr a fost schimbat pentru un litru de lapte în prima zi, cinci pere au fost schimbate pentru un galon de lapte în a doua zi și două mere au fost schimbate pentru un litru de lapte în a treia zi. Dar nu am observat și nu știm nimic despre limitele evaluărilor celor trei persoane. Sau cum s-ar fi putut schimba acestea în timp.

Aceasta este logica prețurilor. Adăugați mai mulți oameni și mai multe bunuri, și va fi mai dificil să țineți evidența tuturor și a tuturor lucrurilor. Dar mecanismul este același. Prețurile sunt raporturi de schimb. Acest lucru este valabil chiar dacă toată lumea începe să utilizeze unul dintre bunuri ca mijloc comun de schimb, de exemplu, banii. Dacă toată lumea începe să se refere la prețurile bunurilor în termenii cantității de lapte necesare pentru a le cumpăra, atunci va fi mult mai ușor să comparăm prețurile. Dar prețurile sunt tot raporturi de schimb, iar schimburile se fac tot în interes reciproc.

Metoda pas cu pas

Practic, toate informațiile importante pe care le obținem din exemplul lui Adam, Beth și Charlie se bazează nu pe observație, ci pe înțelegerea noastră prealabilă a acțiunii umane. Deoarece înțelegem că acționăm pentru a obține ceva la care ținem și că ne angajăm în schimburi cu alții pentru un câștig reciproc, putem descoperi semnificația schimburilor lui Adam, Beth și Charlie și raporturile de schimb pe care acestea le determină. Pentru a înțelege ce se întâmplă, nu este suficient să observăm pur și simplu cine are ce și când, și poate „mecanica” schimbului. În mod similar, în economie în general: nu putem face două observații și să pretindem că am învățat procesele care au cauzat o diferență între ele. Trebuie să trecem prin logica acțiunii pentru a descoperi ce se întâmplă de fapt.

Să trecem mai departe și să luăm în considerare un exemplu de economie monetară (vom discuta despre bani în capitolul 6). Banii au o anumită putere de cumpărare: avem nevoie de anumite sume pentru a cumpăra diferite tipuri de bunuri. Mulți economiști, atât din trecut, cât și din prezent, ar afirma în mod corect că oferta de bani (câți bani sunt disponibili) afectează prețurile bunurilor. Pe măsură ce se creează bani noi, există mai mulți bani pentru a cumpăra același număr de bunuri, astfel încât prețurile banilor tind să crească. Dacă numărul de bunuri disponibile pentru cumpărare este același, dar în schimb oferta

de bani scade, atunci banii sunt mai greu de obținut, astfel încât prețurile banilor tind să scadă.

Dar acest lucru nu înseamnă că putem conchide, de asemenea, că există o relație proporțională între oferta de bani și prețurile bunurilor. Dublarea ofertei de bani nu va dubla toate prețurile. De fapt, chiar dacă am dubla în mod magic toți banii peste noapte, astfel încât atunci când oamenii se trezesc a doua zi să constate că suma de bani din fiecare cont bancar, portofel și saltea s-a dublat, tot nu am putea spune că prețurile tuturor bunurilor s-ar dubla. De ce nu? Pentru că oamenii nu reacționează în același mod sau în același timp la dublarea numerarului lor. Noile prețuri, la fel ca cele vechi, vor fi determinate de acțiunile oamenilor.

Pentru a utiliza un raționament economic adecvat, trebuie să parcurgem logica pas cu pas, pentru a lua pe deplin în considerare schimbările care au loc în timp și în succesiune. Știm că prețurile sunt raporturi de schimb, determinate de ofertă (cât de mult este oferit spre vânzare) și de cerere (cât de mult sunt dispuși oamenii să cumpere). Dar dublarea numerarului disponibil al unei persoane nu înseamnă că aceasta își va dubla achizițiile de aceleași bunuri. În schimb, aceasta va acționa întotdeauna pentru a cumpăra bunurile care îi satisfac cel mai bine dorințele în raport cu celelalte bunuri disponibile.

Altfel spus, dacă oamenii au cumpărat două kilograme de unt înainte ca banii lor să se dubleze, nu există niciun motiv să ne așteptăm ca ei să cumpere *patru* kilograme de unt. Este mai probabil să existe alte bunuri care să le satisfacă dorințele mai mult decât o a treia și o a patra livră de unt, iar ei ar acționa pentru a le cumpăra în schimb. La urma urmei, există un motiv pentru care nu au cumpărat înainte a treia livră de unt. În orice situație, după cum am învățat, indivizii vor urmări orice scop pe care îl consideră cel mai valoros pentru ei.

La fel cum Beth din exemplul de mai sus a ales perele în locul merelor și apoi merele în locul perelor atunci când Adam i-a făcut o ofertă mai bună. Oamenii care se trezesc cu mai mulți bani vor face orice cumpărături pe care le consideră că le vor face cel mai bine. Unii pot alege să cumpere pur și simplu mai mult din același lucru; alții pot alege să cumpere alte lucruri în plus față de ceea ce cumpără de obicei; alții vor cumpăra lucruri complet diferite. Acest lucru înseamnă că cererea pentru bunurile specifice oferite spre vânzare se va modifica în moduri diferite: unele bunuri vor înregistra o creștere a cererii, altele vor înregistra o scădere, iar altele nu vor înregistra nicio modificare sau vor înregistra modificări minime. Acest lucru modifică prețurile lor

de piață. Creșterea cererii va face ca prețurile unor bunuri să crească și viceversa.

Indivizii nu acționează întotdeauna în același timp: unii vor acționa mai devreme și înainte ca prețurile să se fi ajustat, ceea ce înseamnă că puterea lor de cumpărare, având în vedere prețurile bunurilor, s-a dublat de fapt. Achizițiile lor efective (cererea lor) vor influența prețurile bunurilor pe care le cumpără, ceea ce înseamnă că cei care acționează mai târziu se pot confrunta cu prețuri mai mari pentru acele bunuri pe care *cei care au acționat mai devreme au ales să le cumpere.* Prețurile sunt determinate de acțiunile oamenilor, nu de o formulă matematică.

Imaginați-vă că oamenii de mai sus au acționat mai devreme, dar nu au mai cumpărat două kilograme de unt cu banii lor în plus. În schimb, îi cheltuiesc pe bomboane. Aceasta înseamnă că bomboanele sunt deja vândute atunci când cei care acționează mai târziu vor să le cumpere. Orice bomboană rămasă de vânzare este mai rară, iar proprietarul prudent al magazinului ar putea crește prețul pentru a profita de această creștere bruscă a cererii. În consecință, actorii de mai târziu se vor confrunta cu situații de preț diferite de cele ale actorilor de mai devreme, unele prețuri fiind mai mari, iar altele nu - unele fiind poate mai mici decât ar fi fost altfel. Acțiunile lor vor depinde de schimburile specifice cu care se confruntă, dar nu există niciun motiv să presupunem că acțiunile generale ale oamenilor se vor echilibra în mod misterios, astfel încât toate prețurile să ajungă să fie exact duble față de cele din ziua precedentă. Ceea ce putem spune este că prețurile generale vor tinde să crească deoarece există mai mulți bani, dar nu și mai multe bunuri. Dar prețurile tuturor bunurilor nu vor crește proporțional cu oferta de bani.

Această analiză pas cu pas arată că concluzia comună conform căreia dublarea cantității de bani va dubla toate prețurile este prematură și nefondată. Prețurile se ajustează neuniform și în momente diferite. În consecință, ar fi o eroare să spunem că banii sunt „neutri” în economie. Nici măcar banii magici nu sunt neutri.

Economia ca știință socială

Analiza pas cu pas a raționamentului economic evidențiază o diferență majoră între științele sociale precum economia și științele naturale precum chimia sau geologia. Pur și simplu nu ne putem baza pe observare și măsurare pentru a înțelege fenomenele sociale și, de asemenea, nu ne putem baza pe analize statice sau agregate. Este necesar să privim economia ca pe un proces - un sistem adaptativ complex în evoluție - și să parcurgem logica pas cu pas pentru a

descoperi procesele și efectele reale pe măsură ce acestea se desfășoară în timp.

Aceasta înseamnă că teoria în științele sociale are un rol și o semnificație specifice care diferă de utilizarea sa în științele naturii. Teoria este *anterioară* observației și ne permite să înțelegem ceea ce vedem, nu invers. Teoria ne oferă un cadru pentru a *înțelege* ceea ce vedem prin descoperirea proceselor subiacente, dar nu poate fi utilizată pentru a prezice rezultate precise. Pentru a face predicții ca în științele naturii, ar trebui să cunoaștem evaluările subiective reale ale oamenilor, să vedem ce văd aceștia și cum înțeleg situația lor. Dar nimic din toate acestea nu este disponibil pentru noi, ca observatori.

În consecință, științele sociale și, prin urmare, economia, sunt în mod necesar teoretice într-un sens diferit față de științele naturii. Teoria cuprinde ceea ce poate fi dedus în mod logic din acțiunea umană - este explicația noastră a tuturor fenomenelor sociale pe baza înțelegerii noastre a ceea ce înseamnă să acționezi. La urma urmei, toate fenomenele sociale au acest lucru în comun: ele sunt rezultatul acțiunilor oamenilor.

Acest lucru înseamnă că domeniul de aplicare al teoriei în științele sociale este mai limitat decât cel al teoriei în științele naturii, dar aceasta îndeplinește, de asemenea, un standard mult mai ridicat: teoria din științele sociale este adevărată, nu doar ipoteze care urmează să fie falsificate.

II. Piața

4. Un proces, nu o fabrică

Pentru a ne ajuta să înțelegem ce se întâmplă în economie, ceea ce este important nu este tipul și numărul de bunuri care se află pe rafturile magazinelor. Ci de ce și cum au ajuns acolo.

Pentru a răspunde la această întrebare, nu este suficient să arătăm că au ajuns cu camionul săptămâna trecută, deoarece acest lucru ne spune doar cum au fost transportate la magazin. Acest lucru nu ne spune nimic despre toți pașii care au trebuit să se întâmple pentru a le face disponibile. Și multe lucruri se întâmplă înainte ca un bun să poată fi cumpărat dintr-un magazin. Fiecare bun pe care îl vedeți pe raftul unui magazin a fost gândit inițial de cineva; a fost proiectat și apoi produs. Procesul de producție a fost dezvoltat, toate operațiunile sale și mașinile și instrumentele necesare au fost proiectate, iar apoi procesul a fost supravegheat și gestionat. Cineva a trebuit să se gândească la cel mai bun mod de a comercializa și vinde bunurile către magazin și de a rezolva problemele de logistică. Și cineva trebuia să finanțeze totul.

Cu alte cuvinte, pentru a înțelege tot ceea ce vedem în jurul nostru, inclusiv tot ceea ce luăm de bun, trebuie să recunoaștem că economia nu este o stare, ci un *proces*. Privirea asupra unei imagini instantanee a economiei ne spune foarte puțin - dacă ne spune ceva - despre modul în care aceasta funcționează, ci ne poate induce în eroare și ne poate permite să tragem concluzii pripite. Fără a recunoaște procesul, poate fi ușor să concluzionăm că o anumită situație este ineficientă, greșită sau nedreaptă și, de asemenea, să credem că este ușor să o îmbunătățim, să îndreptăm greșeala sau să calculăm un rezultat care este mai puțin nedrept.

De exemplu, dacă ne uităm doar la o parte a imaginii, poate părea nedrept faptul că proprietarul magazinului are atât de multe bunuri, iar alți oameni nu au niciunul. Dar, dacă privim imaginea completă, ne dăm seama că aceste bunuri nu sunt ale proprietarului magazinului, ci sunt doar bunuri în curs de prelucrare până la utilizarea lor finală de către consumatori. Depozitarul nu este un acaparator și are puțină „putere economică”. Depozitarul prestează serviciul de a pune aceste bunuri la dispoziția consumatorilor și depinde de dorința și capacitatea acestora de a cumpăra bunurile pentru a se descurca. Fără magazin, clienții ar trebui să cumpere fiecare articol în vrac de la un angrosist. Proprietarul magazinului ne oferă confortul de a avea multe bunuri într-un singur loc.

Un proces coordonat

Economia este mai mult decât producția unui bun pe care îl vedem pe raftul unui magazin. Producția sa a fost posibilă pentru că există alte procese și producții. De exemplu, un producător de bomboane de obicei nu produce zahărul, aromatizantul sau colorantul care se află în ele. Producătorii de bomboane rareori produc mașinile pe care le folosesc pentru a face bomboanele, clădirea în care produc, ambalează și pregătesc bomboanele pentru expediere, centrala electrică care le furnizează energie electrică. Nu este suficient să spunem că bomboanele sunt produse de o singură persoană înainte de a ajunge pe rafturile magazinelor. De fapt, producătorii de bomboane nu și-ar putea fabrica bomboanele dacă nu ar exista deja producători ai ingredientelor necesare deja disponibile.

În concluzie, producătorul de bomboane face parte dintr-un lanț de aprovizionare mult mai lung care umple golurile din procesul general de producție, care cuprinde el însuși o mulțime de producători și procese de producție specifice. Împreună, aceste procese - adesea desfășurate de întreprinderi diferite - formează un lanț foarte lung de operațiuni care, pas cu pas, produce bunul specific din „factorii inițiali” de care dispuneam la începutul timpurilor: natura și forța de muncă. Cineva a defrișat terenul pentru a cultiva trestie de zahăr sau porumb. Cineva a decis să furnizeze servicii de transport, ceea ce a fost posibil deoarece altcineva pavase deja drumuri și fabricase camioane. Aceste camioane puteau fi fabricate pentru că cineva producea deja oțel, materiale plastice și toate celelalte materiale din care sunt făcute camioanele. Oțelul putea fi produs pentru că altcineva conducea mine și uzine de topire. Dacă ar fi să enumerăm toate lucrurile care permit producătorului de bomboane să producă bomboane, lista ar fi lungă. Chiar și lucrurile mărunte, cum ar fi cafeaua pe care muncitorii din fabrica de bomboane o beau în pauză, sunt rezultatul unui lung lanț de aprovizionare care implică mii de oameni din multe țări. Ceea ce este important nu este să cartografiem toate lucrurile care sunt implicate în fabricarea unui anumit bun, ci să înțelegem că economia este reprezentată de toate aceste elemente care *lucrează împreună*.

S-ar părea că este nevoie de multe întreprinderi și de mulți lucrători pentru a produce lungul șir de bunuri menite doar să facă acea bomboană, pe care apoi o puteți cumpăra. Acest lucru este adevărat într-un anumit sens - toți au fost implicați și toți au fost necesari pentru ca bunul final să vă fie pus la dispoziție. Dar minerul, desigur, nu are nicio idee că minereul scos din mină va deveni oțelul care este topit într-o parte a unei mașini care produce bomboanele pe care le puteți cumpăra astăzi în magazin. Cultivatorul de boabe de cafea nu avea

nicio idee că cafeaua sa va alimenta muncitorii dintr-o țară îndepărtată care produc un tip special de bomboane pe care vă gândiți să le cumpărați. În același mod, proprietarul magazinului nu trebuie să știe nimic despre toate etapele care au avut loc înainte de a exista o rezervă de bomboane pe care să le depoziteze pe rafturile magazinului.

Ideea este că procesul de producție elaborat și complex care produce orice bun pe care îl vedeți în magazin nu este conceput de nimeni în mod special. Procesul general nu este coordonat în jurul producerii unor bunuri specifice. Nimeni nu a realizat un plan sau o diagramă de flux care să specifice toate aceste etape și ordinea lor. Nimeni nu a estimat cantitatea de rocă care trebuie zdrobită pentru a produce minereul de fier care, în cele din urmă, este utilizat în producția de bomboane. Ceea ce conduce procesul nu este crearea de bunuri, ci crearea de valoare pentru dumneavoastră, în calitate de consumator.

În întreaga economie, întreprinderile concurează între ele pentru a produce cât mai multă valoare posibilă prin producerea și oferirea de bunuri. Ne gândim la acest lucru ca la concurență, la producerea acelorași produse sau a unor produse similare: de exemplu, producători de bomboane concurenți. Dar aceasta este o viziune foarte îngustă. Fabricanții de bomboane concurează indirect pentru oțelul utilizat în mașinile lor de bomboane, ceea ce înseamnă că concurează cu toți ceilalți producători care utilizează oțel. La fel și cu zahărul. Și cu muncitorii. Și cafeaua pe care o beau muncitorii, poate unii dintre ei chiar folosesc zahăr în cafea.

De ce o parte din oțelul produs ajunge la mașinile care produc bomboane? Răspunsul la această întrebare va fi discutat pe larg în capitolul 5. Pentru moment, este suficient să observăm că toate întreprinderile sunt implicate în producerea, directă sau indirectă, de bunuri destinate consumatorilor. Toată producția are acest scop, indiferent dacă producătorii de oțel, de exemplu, știu sau nu exact la ce va fi folosit oțelul lor. Ei nu știu și nici nu trebuie să știe. Valoarea pe care consumatorii o văd în acele bunuri produse este cea care determină cât de mult vor fi dispuși să plătească. Această plată este cea care justifică investițiile și cheltuielile întreprinderilor din întreaga economie. În consecință, ceea ce coordonează indirect ceea ce fac toate întreprinderile - și modul în care o fac - este așteptarea lor de a contribui la furnizarea de bunuri valoroase consumatorilor.

Inovare continuă

Este important de reținut că concurența nu se limitează la întreprinderile și producția pe care le vedem. Da, aceste întreprinderi concurează. După cum am văzut mai sus, acestea concurează atât

direct, cât și indirect, încercând să cumpere aceleași materii prime și încercând să vândă acelorași clienți. Cu toate acestea, aceasta este o viziune mult prea limitată a concurenței, care exclude ceea ce este important pe termen lung. Întreprinderile nu concurează doar cu întreprinderile existente, ci și cu întreprinderi care nu există încă. Iar întreprinderile care există sunt rezultatul unei astfel de concurențe care a avut deja loc.

Dacă acest lucru sună ciudat, este pentru că suntem obișnuiți să privim economia ca pe o stare - o fotografie instantanee - și nu ca pe un proces. Întreprinderile care există astăzi sunt supraviețuitoarele unui proces de eliminare competitivă care a avut deja loc. Pentru că aceste întreprinderi au fost mai bune - mai productive, au oferit bunuri de calitate superioară etc. - ele sunt în prezent în afaceri. Și vor rămâne în afaceri numai dacă vor continua să fie mai bune decât concurența. Ele trebuie să fie mai performante nu numai decât celelalte întreprinderi supraviețuitoare, ci și decât întreprinderile care nu au fost încă înființate sau care încă își dezvoltă sau își perfecționează produsele. Aceasta include întreprinderile care produc bunuri care nu există încă și care poate nici nu au fost imaginate încă, dar care ar putea oferi consumatorilor mai multă valoare decât bunurile deja disponibile.

Introducerea de noi bunuri, tehnici de producție, materiale, organizații și așa mai departe schimbă fundamental modul în care o economie produce bunuri și ce bunuri sunt produse. În epoca în care calul și trăsura erau mijloacele standard de transport, exista cu siguranță concurență între grajduri și întreprinderi de transport, la fel cum exista concurență între producătorii de trăsuri. Dar dacă ne uităm doar la aceste întreprinderi, nu am putea explica niciodată cum au fost înlocuite și depășite de întreprinderile care au adus epoca automobilelor. În prezent, există foarte puține întreprinderi care produc trăsuri în mod profitabil. Motivul este că automobilele au oferit consumatorilor o valoare mai mare.

Din punctul de vedere al consumatorilor, trăsurile cu cai au fost bunuri valoroase *până la apariția automobilelor accesibile*. Automobilele au oferit o valoare mai mare, motiv pentru care au subminat profitabilitatea și, în cele din urmă, au distrus afacerile cu cai și căruțe. Acest lucru este denumit uneori „distrugerea creatoare”, care constituie nucleul dezvoltării economice: producția mai veche și mai puțin creatoare de valoare face loc producției noi și mai creatoare de valoare.

Atunci când recunoaștem că această distrugere creatoare este reală și că pune o presiune constantă asupra întreprinderilor pentru a inova și

a se reinventa pentru a nu fi înlocuite, ne dăm seama că este imposibil să înțelegem economia altfel decât ca pe un proces. Economiile evoluează și se dezvoltă în timp; ele se reinventează. Concurența nu este doar rivalitatea dintre două sau mai multe întreprinderi care produc și vând lucruri similare, ci presiunea constantă de a servi mai bine consumatorii - atât cei actuali, cât și cei viitori. Istoria este plină de întreprinderi de succes și influente, multe dintre ele fiind considerate prea mari și „puternice” pentru a concura cu ele. Cele mai multe dintre ele au dispărut de mult și au fost uitate pentru că cineva a descoperit cum să producă mai multă valoare pentru consumatori.

Incertitudine permanentă

Deși economia - și în special economia *de piață* - este cel mai bine înțeleasă ca un proces, ar fi o greșeală să o considerăm un proces de producție. Am abordat pe scurt acest aspect mai sus, dar merită reiterat și detaliat. O economie cuprinde procese de producție, dar aceste procese de producție sunt ele însele selectate: ele sunt cele care au supraviețuit eliminării constante a producției mai puțin creatoare de valoare. Multe dintre aceste procese de producție care au supraviețuit vor fi, la rândul lor, eliminate pe măsură ce se încearcă procese noi și mai creatoare de valoare.

Un proces de producție constă în operațiile care generează rezultate specifice din intrări specifice. Acesta este de obicei, dar nu neapărat, proiectat și organizat. Ne putem gândi la el ca la ceea ce se întâmplă într-o fabrică. Operațiunile exacte care au loc în fabrică se pot schimba în timp, la fel și oamenii și mașinile. Majoritatea pieselor sunt, într-un fel, înlocuibile. Uneori, fabrica însăși este reconfigurată, dar ceea ce o face să fie o fabrică este același lucru: transformă intrările în ieșiri. Fabrica nu fabrică produse în general - nu este o mașină de producție magică. O fabrică produce produse clar definite (bunuri) utilizând un proces de producție proiectat care necesită intrări specifice în anumite cantități.

Nimic din toate acestea nu se aplică economiei ca proces! „Producția” unei economii este valoarea sub formă de bunuri de consum, dar bunurile efectiv produse se schimbă în timp - la fel și valoarea lor. Procesul unei economii nu constă în producțiile sale efective - procesele de producție și bunurile produse - ci în *selectarea* continuă a acelor producții care oferă cea mai mare valoare consumatorilor. Calculatoarele au înlocuit mașinile de scris și au revoluționat fluxul de lucru în birouri, la fel cum automobilul a înlocuit calul și trăsura pentru că a oferit consumatorilor un mijloc de transport mai valoros. Aproape toate bunurile noastre actuale și procesele care le produc vor fi

înlocuite mai devreme sau mai târziu cu altele mai bune și mai valoroase.

Nu putem spune ce produse vor fi încercate și cu atât mai puțin care vor fi cele de succes. Cu alte cuvinte, producția este întotdeauna incertă. Ea necesită o anumită formă de investiție înainte ca valoarea producției să poată fi cunoscută. În cele din urmă, această valoare este percepută de consumatori atunci când folosesc bunurile, așteptările acestora determinând prețul pe care sunt dispuși să îl plătească. Dar nu este suficient ca bunurile să satisfacă dorințele - ele trebuie să facă acest lucru, în ochii consumatorului, într-o măsură mai mare decât ceea ce se așteaptă de la alte bunuri disponibile. Numai atunci consumatorul va cumpăra acel produs.

Numărul și varietatea bunurilor disponibile depind de imaginația antreprenorilor și a investitorilor. Cu alte cuvinte, antreprenorul, care imaginează, are în vedere și își propune să creeze noi bunuri valoroase, conduce evoluția producției în economie. Ulterior, consumatorul este cel care decide ce producții ale antreprenorilor sunt suficient de valoroase pentru a fi cumpărate - și la ce prețuri. Cu alte cuvinte, consumatorul este suveran și, prin faptul că cumpără sau se abține de la a cumpăra, determină ce antreprenori obțin profituri și ce antreprenori suferă pierderi.

5. Producția și spiritul antreprenorial

De ce producem? Pentru simplul motiv că natura nu ne satisface automat toate nevoile și dorințele. Animalele sălbatice, cerealele și fructele de pădure nu sunt suficiente pentru a susține populația lumii. Computerele, avioanele și spitalele nu cresc în copaci.

Cu alte cuvinte, mijloacele de care dispunem sunt limitate. Atunci când avem mai multe utilizări pentru ceva decât putem îndeplini cu ceea ce avem la dispoziție, trebuie să economisim. Adică, trebuie să facem alegeri și să luăm în considerare compromisurile. Atunci are sens să fim atenți la modul în care utilizăm resursele, astfel încât să nu le irosim sau să nu le folosim pentru lucruri necorespunzătoare.

Există două strategii importante pentru a face față penuriei. În primul rând, există raționalizarea, ceea ce înseamnă că ne limităm utilizarea unei resurse astfel încât aceasta să dureze mai mult. Aceasta este o strategie comună și adecvată pentru orice resursă specifică care este finită. De exemplu, o persoană care dispune doar de apă și hrană limitate - și care nu are nicio speranță de a avea acces la mai multă - ar avea de câștigat dacă și-ar limita consumul de apă și hrană pentru a rămâne în viață mai mult timp. Cu toate acestea, această strategie, deși intuitivă, este de obicei inadecvată pentru societate în general și, în special, pentru piețe.

Cea mai bună strategie este producția, care economisește valoarea. Mai simplu spus, producția ne permite să satisfacem mai multe dorințe cu resursele disponibile - creează mai mult „impact” pentru «dolar», mai degrabă decât doar răspândirea „dolarului”.

Producția pentru depășirea penuriei

Producția ușurează povara penuriei prin crearea unor *mijloace mai bune*. Ea creează mai multă valoare prin schimbarea, manipularea și îmbunătățirea a ceea ce ne oferă natura. Deoarece ne angajăm în producție, putem satisface mult mai multe dorințe - și mai multe dorințe cu valoare ridicată - decât ar fi posibil altfel.

Cu cât devenim mai buni în producție, cu atât mijloacele pe care le avem la dispoziție sunt mai multe și mai adecvate. Aceasta este ceea ce înseamnă „creștere economică”. Cu cât o economie este mai „mare”, cu atât este mai productivă, ceea ce înseamnă că satisface mai bine dorințele consumatorilor. Aceasta creează mai multă valoare.[2]

---

[2] Rețineți că nu este vorba despre crearea de bunuri, ci despre satisfacerea dorințelor. O economie care produce mai multe bunuri nu produce neapărat mai multă valoare decât o economie care produce mai puține bunuri. Ea ar putea fi pur și simplu mai risipitoare. Ceea ce contează este valoarea bunurilor produse, nu numărul sau mărimea acestora și, cu siguranță, nu cantitatea de resurse care au fost utilizate pentru a le produce. Producția este procesul de creare a valorii; productivitatea este măsura valorii

Mulți consideră pâinea ca fiind un mijloc valoros de satisfacere a foamei. Fie că ne place sau nu pâinea, cei mai mulți dintre noi consideră că este mai satisfăcător decât să ronțăim grâu crud și drojdie și să le spălăm cu apă. Prin urmare, amestecăm făina de grâu și drojdia și le transformăm în pâine: valoarea suplimentară a pâinii justifică producția sa. Câștigăm valoare chiar dacă aceasta înseamnă că folosim resurse suplimentare - cuptor, electricitate, forță de muncă - și trebuie să așteptăm ca aluatul să crească și apoi să se coacă.

Este ușor să tragem concluzii pripite și să presupunem că pâinea este mai valoroasă decât ingredientele, *deoarece* au fost utilizate resurse suplimentare pentru a o produce. Acest lucru este fals. Este invers: alegem să investim resurse - ingrediente, forță de muncă, timp - pentru că ne așteptăm ca pâinea să ne ofere o satisfacție mai mare. Prin alocarea de resurse pentru fabricarea pâinii, inclusiv prin dobândirea cunoștințelor și a expertizei necesare pentru a face acest lucru, crește capacitatea economiei de a produce valoare. Investiția ne face să ne simțim mai bine nu numai pentru că primim pâine, ci și pentru că dobândim capacitatea de a coace pâine. Atât timp cât pâinea este un bun valoros și capacitatea de a o coace este păstrată, investiția creează mai multă valoare.

Valoarea așteptată a pâinii este cea care face ca investiția să merite continuată. Dacă ar fi adevărat că ceva valorează mai mult pentru că folosim mai multe resurse pentru a-l produce, atunci de fapt nu economisim. De ce să folosim mai puține resurse dacă utilizarea mai multor resurse face ca bunul să fie mai valoros? Atunci ar fi mai bine cu cât am folosi mai multe resurse. Aceasta este, desigur, o absurditate. Economisim pentru că utilizarea mai multor resurse decât este necesar este o risipă. Putem obține rezultate mai valoroase folosind acele resurse dacă evităm să le irosim.

Cu toate acestea, utilizarea resurselor și producția de valoare sunt adesea corelate - ele par să meargă mână în mână, cel puțin după faptă. Motivul este că valoarea preconizată justifică costurile. Cu alte cuvinte, dacă ne propunem să producem ceva care ne așteptăm să fie de mare valoare, atunci ne putem permite să folosim resurse pentru a-l produce. În schimb, dacă ne propunem să producem un bun care va avea doar o valoare limitată, atunci nu putem justifica utilizarea unui număr aproape egal de resurse. Costurile sunt alese în funcție de valoarea preconizată care este produsă. Aceasta înseamnă că un produs premium sau de lux nu este mai scump de cumpărat pentru că este produs folosind materiale rare și scumpe - a fost produs folosind

---

produse pe unitate de input.

materiale rare și scumpe *pentru că bunul este mai scump de cumpărat*. Valoarea determină costul, nu invers.

Acest lucru sună ciudat, așa că haideți să exemplificăm luând din nou în considerare fabricarea pâinii. Pâinea este un bun de consum, astfel încât este ușor de înțeles valoarea sa: satisface în mod direct o dorință - ne face să ne simțim mai bine pentru că ne satisface foamea și are un gust bun. Oamenii pot aprecia pâinea în mod diferit, dar toți o apreciază pentru că le oferă o anumită satisfacție personală. Dar cum rămâne cu lucrurile care au fost necesare pentru a face pâinea? Făina, drojdia, apa, cuptorul și electricitatea nu sunt consumate în mod direct de consumatori, ci sunt doar mijloace folosite pentru a produce bunul final. Ele satisfac consumatorii doar indirect, făcând posibilă fabricarea pâinii.

Aceste resurse au valoare deoarece *contribuie* la fabricarea pâinii. Putem vedea cu ușurință acest lucru dacă adăugăm resurse care nu contribuie la experiența consumatorului. Imaginați-vă că brutarul cumpără un motor de mașină și îl pune în brutărie. Este un cost pentru brutărie. Dar adaugă valoare pâinii? Răspunsul este: deloc. Motorul nu crește valoarea pâinii pentru consumatori. Consumatorii nu apreciază pâinea mai mult și nu sunt dispuși să plătească un preț mai mare pentru ea doar pentru că brutarul a cumpărat un motor. La fel se întâmplă cu diferitele tipuri de făină sau cu diferitele cuptoare, care contribuie la producție. Consumatorii apreciază producția, nu intrările. Dacă aceștia apreciază pâinea de grâu și pâinea de secară în mod egal, atunci nu contează ce făină folosește brutarul, astfel încât cea mai ieftină ar fi alegerea cea mai economică.

Putem vedea cu ușurință acest lucru dacă ne gândim la cazul opus. Imaginați-vă că există un brutar și că oamenilor le place pâinea pe care o oferă acest brutar. Astfel, pâinea are valoare, la fel și brutăria și ingredientele pe care brutarul le folosește pentru a face pâinea. Acum imaginați-vă că toată lumea încetează brusc să mai dorească pâine, astfel încât brutarul nu o mai poate vinde. Care este valoarea pâinii sale? Zero. Care ar fi valoarea cuptorului brutarului? Valoarea cuptorului scade și ea, poate până la zero.

Este important să spunem „poate la zero”, deoarece depinde de celelalte utilizări ale cuptoarelor de pâine. Dacă este folosit doar pentru a face pâine, atunci nu mai are o utilizare valoroasă. De ce ar dori cineva un cuptor de pâine când nimeni nu mai dorește pâine? Nu ar vrea, deci cuptorul este inutil și nu are nicio valoare. Dar poate avea valoare de deșeu dacă materialele sale (oțel, sticlă și așa mai departe) pot fi reciclate și utilizate în alte scopuri. Valoarea cuptorului ar scădea

atunci la valoarea de rebut, deoarece aceasta este acum cea mai valoroasă utilizare a sa.

Acest lucru nu se aplică numai materialelor cuptorului. În cazul în care cuptorul poate fi utilizat pentru altceva decât pentru coacerea pâinii, atunci acesta ar putea avea în continuare o valoare mai mare decât fierul vechi. Dar valoarea ar scădea. De ce? Pentru că motivul pentru care a fost utilizat pentru coacere și nu pentru altceva este că coacerea a fost utilizarea mai valoroasă. Într-adevăr, brutarul a cumpărat sau a construit cuptorul pentru că acesta a contribuit la crearea de valoare. Economisirea înseamnă că alegem utilizarea mai valoroasă pentru că obținem mai multă valoare din resurse. Dar acest lucru se schimbă în timp. Dacă coacerea nu mai este o utilizare valoroasă, valoarea cuptorului scade. Valoarea acestuia nu poate fi mai mare decât noua sa utilizare optimă în producerea a altceva care este valoros. Dacă cineva se gândește la o utilizare mai bună a cuptorului decât coacerea pâinii, atunci cuptorul are o valoare mai mare pentru acea persoană decât pentru brutar. Ne-am aștepta atunci ca acea persoană, cu toate celelalte condiții egale, să ofere și să cumpere cuptorul de la brutar la un preț mai mare decât valoarea acestuia.

Acest exemplu simplu arată că așa-numitele mijloace de producție nu au valoare în sine, ci doar în funcție de modul în care contribuie la producerea unui bun de consum valoros. Toate resursele productive au valoare *doar* pentru că contribuie la crearea bunurilor pe care consumatorii le doresc. Acest lucru este valabil și pentru ceva atât de îndepărtat de un bun de consum precum un tanc petrolier. Valoarea sa nu provine din resursele utilizate pentru fabricarea sa, ci din modul în care este utilizată și contribuie la producerea de bunuri de consum valoroase. Și, bineînțeles, resursele sunt utilizate pentru fabricarea petrolierului deoarece se așteaptă ca acesta să contribuie la bunuri de consum valoroase. Valoarea așteptată a rezultatului pe care petrolierul îl face posibil justifică costul de producție al acestuia.

Capital și producție

Eforturile de producție sunt făcute pentru a crea bunuri de consum, care satisfac în mod direct dorințele, dar nu toată producția este de bunuri de consum. Cuptorul utilizat pentru coacerea pâinii este un exemplu, ca și producția de făină, drojdie și brutărie. Cuptorul a fost construit cu intenția de a *sprijini* producția de pâine. Cu alte cuvinte, cuptorul facilitează (sau cel puțin a fost destinat să faciliteze) fabricarea pâinii și, astfel, productivitatea noastră crește.

Aceste „mijloace de producție” care satisfac doar indirect dorințele consumatorilor se numesc *capital* sau *bunuri de capital*. Unui

consumator care cumpără pâine nu îi pasă dacă brutarul are un cuptor. În general, consumatorilor le pasă doar de bunul de consum și de măsura în care acesta le satisface dorințele - nu de ce sau cât capital este utilizat în procesul de producție a acestuia.

Dar în timp ce clienților săi nu le pasă, brutarului cu siguranță îi pasă. Cu ajutorul cuptorului, se poate produce mai multă pâine cu mai puțină muncă. Efectul utilizării capitalului este o producție mai mare pe unitate de intrare, de obicei și în special muncă, ceea ce înseamnă că pot fi satisfăcute mai multe dorințe folosind aceeași cantitate de resurse. Pentru brutar, acest lucru înseamnă că poate fi coaptă mai multă pâine la un cost mai mic. Scopul capitalului și motivul pentru care acesta este utilizat și creat este acela că ne crește productivitatea. Obținem rezultate mai valoroase în schimbul intrărilor investite.

Productivitatea nu este doar o chestiune legată de cantitatea de ceva care poate fi produs, ci și de ceea ce poate fi produs. Într-adevăr, productivitatea *economică* nu este o măsură tehnologică a unităților de producție - este o măsură a *valorii*. Capitalul face posibilă producția anumitor tipuri de bunuri, un rol adesea ignorat, dar foarte important.

Să revenim din nou la brutar. Imaginați-vă că nu există cuptor, dar că este posibil să coaceți pâine plată așezând aluatul pe o piatră plată deasupra unui foc deschis. Acest brutar își petrece zilele cocând astfel pâine plată. Este o activitate care merită, deoarece plăcintele satisfac dorințele consumatorilor mai bine decât ingredientele în sine. Și există destui consumatori care preferă pâinea plată în locul altor tipuri de pâine simplă care nu necesită cuptor. Cu alte cuvinte, coacerea pâinii plate este o utilizare productivă a muncii brutarului, a făinii, a pietrei și a focului.

Dar un cuptor ar permite brutarului să producă noi tipuri de pâine, pe care noi (și, mai ales, brutarul) ne-am aștepta să fie de o valoare și mai mare pentru consumatori. Să presupunem că un cuptor simplu poate fi realizat prin așezarea unor pietre plate deasupra focului. Investiția în strângerea pietrelor și aranjarea lor în acest fel crește valoarea eforturilor brutarului de a coace pâinea. Pietrele formează un cuptor nesofisticat, dar brutarul poate produce acum alte tipuri de pâine pe care consumatorii ar trebui să le aprecieze mai mult decât pâinile plate.

Pietrele, aranjate în acest mod special, formează un bun de capital: un cuptor. Petrecând timp și depunând efort pentru a aranja pietrele deasupra focului, brutarul a creat un nou capital, care promite să crească valoarea pentru consumatori. Dacă lucrurile merg conform planului, rezultatul va fi creșterea valorii producției.

Ne gândim adesea la bunurile de capital ca fiind durabile. Este adevărat că pietrele durează mult timp, dar acest lucru nu înseamnă că și cuptorul va dura. De fapt, utilizarea îl va uza în cele din urmă. Pentru ca cuptorul să rămână util, trebuie să i se facă investiții repetate sau continue, cum ar fi înlocuirea rocilor sparte. Dacă nu se face acest lucru, utilitatea acestui capital va scădea în timp și, în cele din urmă, își va pierde valoarea, deoarece cuptorul va deveni inutil. Spunem că „consumăm” capital prin utilizarea sa. Acest lucru este valabil pentru toate tipurile de capital, dar în ritmuri diferite: unele tipuri de capital durează mai mult, sunt mai durabile și pot necesita mai puțină întreținere.

Pe lângă întreținerea cuptorului în sine, trebuie făcute și alte investiții de susținere - cum ar fi menținerea focului și măcinarea făinii - pentru a menține utilitatea capitalului. Întreaga structură a capitalului necesită investiții continue. De fapt, cuptorul nu este util decât dacă celălalt capital necesar pentru producerea pâinii este menținut funcțional. Toate bunurile de capital se deteriorează odată cu utilizarea și cu trecerea timpului. Cu alte cuvinte, capitalul este adăugat pentru a crește productivitatea, dar el însuși este *consumat* în producția de bunuri de consum. Avem nevoie de reinvestiții constante pentru a menține capitalul util și valoros.

Cuptorul făcut din pietre nu este, desigur, la fel de eficient ca cuptoarele noastre moderne. Dar ar putea fi cel mai bun lucru pe care brutarul îl putea face în acel moment. Pentru a produce un cuptor mai durabil și mai eficient, brutarul ar avea nevoie de acces la oțel și la unelte avansate care nu existau încă. Chiar dacă brutarul și-a dat seama cum ar putea funcționa un astfel de cuptor modern, s-ar putea să nu merite timpul sau efortul său pentru a descoperi cum să transforme piatra în fier, fierul în oțel și apoi să facă un cuptor din acesta. La urma urmei, el este un brutar. Dar altcineva ar putea să o facă. Și altcineva a făcut-o, pentru că astăzi avem cuptoare moderne, foarte eficiente, din oțel.

Cuptoarele moderne sunt rezultatul secolelor de investiții în capital nou și îmbunătățit, designuri rafinate, materiale mai bune și tehnologii de producție mai eficiente. Luăm de bună această istorie lungă și complexă. Dar, acest ciclu istoric de producție a condus la aparatele moderne care sunt acum disponibile în magazinele din cartierul nostru. Același lucru este valabil pentru tot ceea ce putem cumpăra: fiecare bun este o bucată rafinată din natură care a fost creată cu un singur scop - să ne ofere nouă, consumatorilor, satisfacția dorită.

Toate aceste eforturi care creează materiale, unelte, mașini etc. sunt investiții în capital care cresc producția și ne permit să satisfacem mai eficient dorințe din ce în ce mai variate. Împreună, tot acest capital este aranjat într-o structură productivă, care acoperă întreaga economie și care ne permite să creăm în mod eficient o multitudine de bunuri diferite care satisfac dorințele consumatorilor.

Cantitatea de capital, utilizată în diferite combinații (cum ar fi cuptorul făcut din pietre și focul) care permit societății să producă bunuri și servicii distincte, este denumită *structura capitalului* economiei. Această structură, precum și tot ceea ce o compune, *a fost creată*. Producția de capital nou contribuie la structură prin adăugarea sau îmbunătățirea capacităților de producție; investițiile de întreținere extind utilitatea capitalului existent; iar dezinvestițiile și realocările transferă capitalul către producția altor bunuri, rafinând, ajustând și modificând structura și, prin urmare, capacitatea de producție a economiei. Aceste acțiuni, care determină o schimbare continuă a structurii capitalului, sunt realizate de întreprinzători.

Rolul antreprenorului

Antreprenorii se ocupă de crearea viitorului nostru. Ei fac acest lucru prin crearea de noi bunuri sau prin rafinarea și îmbunătățirea producției. În ambele cazuri, ei aduc modificări structurii capitalului fie prin schimbarea utilizării capitalului existent, fie prin crearea de capital nou. Scopul în ambele cazuri este de a crea mai multă valoare pentru consumatori. Dacă au succes, întreprinzătorii sunt plătiți în *profituri*. Cu toate acestea, *timpul* și *riscul* joacă un rol important în acest proces.

La fel ca brutarul, care a creat un cuptor simplu din pietre și astfel a putut oferi consumatorilor noi tipuri de pâine, antreprenorii își imaginează și pariază că pot satisface mai bine consumatorii. Aceasta înseamnă că ei fac investiții pentru a schimba lucrurile, încercând să creeze mai multă valoare prin creșterea productivității acesteia. Ei produc bunuri deoarece cred că acele bunuri vor satisface mai bine consumatorii și, prin urmare, vor fi foarte solicitate. Atunci când o astfel de investiție are succes, consumatorii obțin mai multă valoare la costuri mai mici, o parte din aceasta fiind păstrată de antreprenori sub formă de profit. Atunci când eșuează, ceea ce înseamnă că consumatorii nu sunt de acord cu ceea ce oferă antreprenorii, investiția își pierde din valoare și poate fi pierdută complet.

Problema majoră cu care se confruntă antreprenorii este aceea că valoarea efortului de producție nu este cunoscută până când acesta nu este finalizat. Antreprenorul află dacă investiția a meritat - dacă

consumatorii doresc bunul - numai atunci când bunul finit este vândut. În schimb, costurile sunt cunoscute și suportate cu mult înainte ca bunul să fie finalizat și pus în vânzare. Rețineți că aceste costuri nu sunt doar intrările care produc rezultatul, cum ar fi făina, drojdia și apa care sunt transformate în pâine, ci și capitalul necesar: cuptorul, brutăria etc. Chiar și în acele cazuri în care un antreprenor primește comenzi și este plătit înainte de a produce bunul propriu-zis, unele costuri sunt suportate ca parte a bunului care nu a fost încă produs. Aceste costuri includ, printre altele, înființarea întreprinderii, experimentarea capitalului, găsirea unui mod de a fabrica un cuptor, elaborarea unei rețete sau a unui plan de producție. Trebuie făcute investiții pentru a produce bunul, care poate fi apoi vândut.

Această problemă este adesea denumită „suportarea incertitudinii". Antreprenoriatul este funcția economică de a suporta incertitudinea creării de bunuri viitoare: producția fără a ști dacă este creativă și profitabilă sau dacă va genera o pierdere. Potențialul de profit este cel care justifică realizarea producției și suportarea incertitudinii investiției antreprenoriale. Posibilitatea de a suferi pierderi este cea care atenuează aceste eforturi și îi obligă pe antreprenori să fie receptivi la dorințele consumatorilor. Și antreprenorii trebuie să fie receptivi, deoarece consumatorii sunt suverani în ceea ce privește alegerile lor de a cumpăra și de a utiliza bunuri, ceea ce înseamnă că numai consumatorii determină valoarea bunurilor.

Deoarece valoarea oricărui bun este necunoscută - *nu poate* fi cunoscută - înainte de a fi utilizat, antreprenorii investesc în producție pe baza a ceea ce își imaginează că vor aprecia consumatorii. Brutarul a creat cuptorul deoarece și-a imaginat că noile tipuri de pâine vor servi mai bine consumatorii. Valoarea așteptată mai mare a justificat costul de dezvoltare și construcție a cuptorului. Întreprinzând acest demers, brutarul a schimbat ceea ce este și poate fi produs în economie. Într-adevăr, acțiunile întreprinzătorilor direcționează producția globală prin rafinarea și ajustarea structurii capitalului din economie. Prin stabilirea capacității de producție și determinarea bunurilor care pot fi și vor fi produse, antreprenoriatul *conduce* procesul pieței. Toate bunurile produse și puse la dispoziția noastră, indiferent dacă sunt sau nu reușite și profitabile, sunt rezultatul activității antreprenoriale, adică al incertitudinii suportate de antreprenori.

Cu toate acestea, deși acesta este rezultatul și implicația eforturilor lor, întreprinzătorii individuali nu se ocupă de ajustarea structurii capitalului în vederea eficienței globale sau a binelui social. Antreprenorii investesc în anumite capacități de producție în vederea obținerii de profituri. Cu toate acestea, este foarte dificil să ne dăm

seama ce vor găsi consumatorii valoros, ceea ce înseamnă că antreprenoriatul este plin de eșecuri. Sarcina antreprenorilor este, de fapt, și mai dificilă pe piețele unde nu este suficient să producă ceva valoros, ci trebuie să se întreacă reciproc în ceea ce privește valoarea. Antreprenorii concurează pentru a servi consumatorii în cel mai bun mod posibil.

Antreprenorii fac greșeli

Viitorul este foarte greu de prezis, însă antreprenorii încearcă să facă acest lucru: investesc în crearea viitorului în speranța că acesta va fi apreciat de consumatori. Și fac acest lucru în timp ce concurează cu viziunile altor antreprenori. Prin urmare, nu ar trebui să fie o surpriză faptul că există o rată extrem de ridicată a eșecului.

Acest lucru poate părea ineficient sau risipitor, dar nu este. Ar fi *dacă s-ar ști ce apreciază consumatorii*, deoarece, cu o astfel de cunoaștere a viitorului, producția poate fi ușor raționalizată pentru eficiență. Cu toate acestea, antreprenoriatul rezolvă o altă problemă. Valoarea este în mintea consumatorilor - nu este cunoscută dinainte, dar consumatorii o experimentează atunci când folosesc un bun pentru a-și satisface dorințele.

Foarte adesea, consumatorii nu știu ei înșiși cum să își satisfacă cel mai bine dorințele. În schimb, antreprenorii își imaginează un bun care, pe baza ingeniozității, experienței și înțelegerii lor, îi va servi pe consumatori. Pentru a oferi o valoare mai mare decât bunurile deja oferite spre vânzare și, prin urmare, pentru a avea o șansă de a obține profituri, antreprenorii trebuie să fie înaintea consumatorilor și să le prezinte o soluție valoroasă la care aceștia poate că nu s-au gândit. După cum se crede că ar fi spus Henry Ford: „Dacă i-aș fi întrebat pe oameni ce vor, mi-ar fi spus că vor cai mai rapizi”[3]. Într-adevăr, majoritatea oamenilor au crezut probabil că vor pur și simplu cai mai rapizi, dar Ford și-a imaginat că trăsurile fără cai ar oferi o valoare mai mare consumatorilor - și a fost capabil să ofere automobile la prețuri pe care consumatorii le-ar cumpăra.

Adevărul este că consumatorii, indiferent dacă pot sau nu să spună ce bunuri doresc, aleg întotdeauna între bunurile care le sunt oferite. Acesta este momentul în care consumatorii își exercită suveranitatea: antreprenorii nu pot forța consumatorii să cumpere nimic, ci pot doar să producă bunuri pe care consumatorii le apreciază și, prin urmare, le aleg.

---

[3] Acest citat este adesea repetat și prezintă un punct de vedere esențial cu privire la antreprenoriat și producție, dar este îndoielnic că Ford a spus de fapt acest lucru.

Calculul pentru un consumator este simplu, dar dificil de anticipat și de îndeplinit pentru antreprenori. În primul rând, bunul trebuie să ofere valoare prin satisfacerea unei anumite dorințe a consumatorului. Dacă ceea ce oferă antreprenorul nu are nicio valoare pentru consumator, atunci nu este un bun.

În al doilea rând, bunul trebuie să ofere un mijloc mai bun și mai valoros de a satisface o dorință decât alte bunuri care oferă același lucru. În caz contrar, atunci bunul este ineficient și are o valoare mai mică pentru satisfacerea dorinței respective. În consecință, întreprinzătorul trebuie să îl ofere la un preț mai mic pentru a-l face profitabil pentru consumator.

În al treilea rând, bunul trebuie să ofere o valoare care depășește bunurile care promit să satisfacă alte dorințe. Întreprinzătorii concurează pentru banii consumatorilor.

În al patrulea rând, bunul trebuie să ofere suficientă valoare pentru ca consumatorul să îl cumpere acum, în loc să aleagă să își păstreze banii și să cumpere altceva în viitor.

Întreprinzătorul trebuie să ofere valoare în conformitate cu *toate* aceste niveluri de evaluare a consumatorilor.

Inutil să spun că antreprenorii încearcă să facă ceva extrem de dificil. Ei fac acest lucru deoarece cred că vor profita într-un fel sau altul în final. Dar, indiferent dacă obțin sau nu, încercările lor de a crea valoare oferă un serviciu esențial altor antreprenori și economiei în general (vom discuta despre calculul economic în capitolul 7). Pe măsură ce concurează pe baza propriilor cunoștințe și imaginații - cum se așteaptă să fie cel mai bine în serviciul consumatorilor - ei creează cunoștințe pentru economie în general. Descoperirile antreprenorilor cu privire la ceea ce apreciază consumatorii, identificate prin profituri, orientează noii antreprenori în eforturile lor. La fel se întâmplă și cu pierderile, care sugerează altor antreprenori că ar trebui să încerce ceva diferit. În consecință, fiecare încercare antreprenorială poate profita de cunoștințele și experiențele antreprenorilor anteriori. Acest lucru face ca producția de valoare antreprenorială să fie cumulativă: succesele sunt îmbunătățite și devin pietre de temelie pentru producția viitoare; erorile sunt eliminate.

Cu toate acestea, ar fi greșit să denigrăm antreprenorii care eșuează. Chiar dacă nu au avut succes și au suferit pierderi, aceștia au oferit economiei un serviciu neprețuit, punând la dispoziție informații despre ceea ce nu funcționează. Acestea sunt informații valoroase pentru toți ceilalți antreprenori. Pe măsură ce antreprenorii eșuează, resursele -

capitalul - pe care le-au investit devin disponibile pentru alți antreprenori, care pot astfel să își crească propria producție sau să încerce ceva nou.

În concluzie, a*ntreprenorii sunt în serviciul consumatorilor prin crearea viitorului nostru*. Ei fac acest lucru încercând idei pentru bunuri noi, imaginate și, pe baza valorii lor așteptate, plătind salarii lucrătorilor și dezvoltând capital nou. Atunci când antreprenorii greșesc în alegerile lor, ei suferă personal pierderea acestor investiții. Această pierdere reprezintă totalitatea investițiilor pe care le-au făcut în producție: salariile plătite angajaților și prețurile plătite furnizorilor de capital.

6. Valoare, bani și preț

Până acum, discuția noastră despre economie a fost exclusiv din perspectiva *valorii*. Valoarea este scopul final al acțiunilor noastre și ceea ce ne motivează comportamentul. Este personală - *subiectivă* - ceea ce înseamnă că provine din satisfacerea unei dorințe. Dacă ne este foame, consumăm alimente; dacă ne simțim singuri, am putea vizita un prieten.

Valoarea este eliminarea sau satisfacerea unei anumite neliniști (foame sau singurătate), care ne face să ne simțim mai bine. Putem compara satisfacțiile, de exemplu, că ne plac portocalele mai mult decât merele și că ne plac perele mai mult decât oricare dintre ele. Simplele comparații de valori în ceea ce privește satisfacțiile noastre personale sunt neproblematice. Dacă ne este atât foame, cât și sete, putem decide rapid ce neplăceri să eliminăm mai întâi, luând în considerare cât de urgent le simțim pe fiecare. Dar, deși putem face comparații și determina care satisfacție ar fi mai mare, nu există unități de valoare.

Problema măsurării valorii

Nu putem măsura gradul în care am eliminat neliniștea prin efectuarea unei anumite acțiuni. Satisfacția adusă de aceasta este un sentiment pe care îl trăim, care nu are unități sau măsuri exacte. Nu putem spune că ne plac portocalele de 2,5 ori mai mult decât merele și perele de 1,3 ori mai mult decât portocalele.

Nu putem compara valorile subiective ale diferitelor persoane, deoarece satisfacțiile lor sunt personale. Este absurd să spunem că lui Adam îi plac perele cu 20 % mai mult decât îi plac perele lui Beth. Poate că Adam exclamă că îi plac perele „mult”, în timp ce lui Beth nu-i pasă deloc de ele. Dacă acesta este sentimentul lor real, atunci Beth s-ar putea oferi să-i dea lui Adam perele ei. Dar aceasta nu este încă o măsură a cât de mult apreciază fiecare perele și nici nu este o comparație folosind o unitate universală de satisfacție. Beth apreciază că îi oferă lui Adam perele, poate că sentimentele ei pentru Adam sunt puternice și știe că lui îi plac perele. Dar nu ne spune nimic despre cât de mult prețuiește Beth - sau Adam - păstrarea sau dăruirea unei pere.

Lipsa de măsură face ca valoarea să fie problematică într-un cadru social - în special în economiile avansate cu procese de producție lungi și specializate (despre care vom discuta în capitolul 7). Cum putem economisi resursele limitate astfel încât să obținem cât mai multă valoare?

Pentru a ilustra, imaginați-vă o mică societate de 150 de persoane în care există suficientă apă pentru a potoli setea a 45 de persoane și hrană pentru a satisface 30 dintre acestea. Cum determinați care dintre cei patruzeci și cinci sunt „cei mai însetați” și care dintre cei treizeci sunt „cei mai înfometați”?[4]

Această societate ar putea decide să folosească apa și alimentele pentru a investi în producție, ceea ce i-ar putea permite să creeze și mai multă valoare. Dacă zece persoane primesc suficientă apă și hrană pentru trei zile, atunci ele pot merge să cumpere mai multă apă și hrană și să le aducă celorlalți. Ar trebui această societate să facă această investiție? Ar trebui să trimită un grup de zece persoane sau două grupuri de cinci persoane în direcții diferite pentru a căuta? Pe cine ar trebui să aleagă pentru a colecta apa și alimentele nou obținute? Cine din populația rămasă ar trebui să primească apa și mâncarea rămase?

Astfel de comparații necesită o măsură a valorii, dar pentru că valoarea este o experiență personală, nu există una. Nu există nicio soluție la această problemă a economisirii.

Piețele rezolvă această enigmă prin utilizarea banilor și a prețurilor, care oferă evaluări sociale relative obiective (mai multe detalii în continuare) și, prin urmare, permit comparații și economii în ceea ce privește bunurile evaluate. Dacă perele ne costă de 1,3 ori mai mult decât portocalele, putem decide cu ușurință cum să ne folosim puterea de cumpărare pentru a obține cât mai multă satisfacție: cumpărăm pere, cumpărăm portocale sau cumpărăm o combinație a ambelor. Putem face astfel de comparații atât individual, cât și în colaborare. După cum vom vedea, banii și prețurile sunt indispensabile pentru o economie. Nu putem funcționa fără ele.

Utilizarea banilor

Avem tendința de a considera că banii și prețurile sunt de la sine înțelese. Acestea sunt atât de universal prezente, încât cei mai mulți se gândesc la bani ca la o măsură a valorii. Ei chiar se gândesc la valoarea însăși în termeni de bani. Aceasta este o greșeală.

Banii sunt *mijlocul de schimb utilizat în mod obișnuit* și au valoare pentru noi pentru că îndeplinesc această funcție. Prețuim banii ca pe alte bunuri, datorită a ceea ce pot face pentru noi. Dar nu bancnotele și monedele în sine ne oferă valoare, ci așteptarea că le putem folosi pentru a cumpăra ceea ce dorim. Aceasta înseamnă că banii funcționează pentru că noi îi recunoaștem ca atare și, prin urmare, îi

[4] Pentru a fi preciși din punct de vedere formal, ar trebui să întrebăm cine ar simți cea mai mare satisfacție dacă ar bea sau ar mânca (eliminând disconfortul setei și, respectiv, al foamei).

acceptăm în schimb. Banii au *putere de cumpărare*. Credința că banii pot cumpăra bunuri este cea care îi face valoroși. Dacă am crede că nu vom putea folosi banii pentru a cumpăra bunuri - poate credem că alții nu îi vor accepta - atunci nici noi nu i-am accepta.

Aceasta înseamnă că banii sunt bani pentru că oamenii îi consideră bani. În acest sens, banii sunt o instituție socială care se autoreîntărește în mare măsură. Cu toții avem experiența utilizării lor și, prin urmare, avem o idee despre ceea ce înseamnă ca ceva să fie bani. Dar acest lucru nu explică ce sunt banii, de ce sunt sau cum au apărut.

Gândiți-vă ce v-ar face să acceptați ceva ca bani. Sau, pentru a ajunge la adevărata problemă: ce ar face o societate care nu folosește bani să accepte ceva ca bani. Deoarece valoarea banilor constă în faptul că alții îi vor accepta în schimb, nimic din ceea ce aspiră să fie bani nu va avea valoare ca bani la început. Numai după ce un lucru a fost adoptat pe scară largă în schimburi va fi recunoscut ca bani - dar nu înainte.

Acest lucru îi determină pe mulți să afirme că banii trebuie să fi fost impuși de sus în jos, prin decret, pentru a-i utiliza în schimburi. Ideea este că un șef de stat a inventat conceptul de bani și l-a introdus pentru a facilita comerțul (sau, poate, plata taxelor). Dar această „explicație” ratează esențialul: dacă ceva nu este deja un ban, oamenii nu îl vor accepta voluntar în schimb. Așadar, nu are nicio valoare sau are o valoare redusă înainte de a fi considerat bani.

Un decret nu creează o monedă - creează doar o obligație, care este limitată de amploarea aplicării sale. Cu toate acestea, este perfect imaginabil ca un guvern să preia și să monopolizeze, încetul cu încetul, o monedă deja existentă, ceea ce am văzut că s-a întâmplat. În prezent, majoritatea monedelor sunt monopoluri guvernamentale, dar nu așa au fost inventați sau acceptați banii ca mijloc de schimb - ci doar așa au devenit. *Funcția economică* a banilor nu poate fi creată pur și simplu de sus în jos.

Oamenii aleg să facă schimb de bunuri pentru propriul lor beneficiu, ceea ce înseamnă că schimbul voluntar trebuie să fie pentru beneficiul reciproc al părților. Ambele se așteaptă să le fie mai bine, altfel nu ar alege să facă schimbul. O obligație de a accepta ceva care nu este direct valoros pentru ei - cum ar fi o monedă impusă care nu este încă acceptată ca bani - ar reduce dorința oamenilor de a face schimburi. La urma urmei, dacă ai fi obligat să accepți pietre drept „plată” pentru bunurile tale, atunci probabil că te-ai abține să le pui în vânzare. Chiar dacă v-aș oferi o tonă de pietre, nu le-ați schimba pentru casa sau mașina dumneavoastră. De ce să schimbi un bun valoros pentru ceva

ce nu vrei? Așadar, chiar dacă ți s-ar cere să-ți plătești impozitele cu pietre, ți-ai limita schimbul de pietre la îndeplinirea acestei obligații, dar nu mai mult. Piața pentru schimbul de bunuri pentru pietre ar fi foarte limitată.

Astfel de schimburi ar avea loc prin alegere numai dacă plata oferită ar fi bani reali. Într-o societate în care nu există bani, oamenii nu numai că nu au încredere în puterea de cumpărare a banilor, dar nu înțeleg conceptul în sine. Imaginați-vă că oferiți un teanc de bancnote de un dolar sau o monedă de aur unei persoane din epoca de piatră în schimbul toporului sau al hranei sale.

Apariția banilor

Banii sunt un concept economic. Bancnotele de un dolar nu sunt bani în sine, dar banii pot exista sub formă de bancnote de un dolar. Cu toate acestea, aceste bancnote sunt bani doar pentru că și atâta timp cât sunt acceptate ca atare. Acest lucru devine evident atunci când călătorim în alte țări, deoarece ceea ce este bani într-o țară poate să nu fie acceptat ca bani în alta. Nu puteți folosi coroane suedeze pentru plăți în Austria sau în Statele Unite, chiar dacă toată lumea din Suedia le acceptă ca bani.

Știm foarte puține despre originile istorice ale banilor, însă conceptul este clar. Economistul Carl Menger a arătat cum o economie de troc poate trece la o economie monetară.[5] Explicația lui Menger nu necesită un planificator central sau un decret - banii *apar.* Acest lucru este important deoarece oferă o perspectivă asupra semnificației și rolului banilor *ca concept economic.*

Într-o economie de barter, oamenii fac schimb de bunuri pentru bunuri. Această economie suferă de limitări evidente, deoarece fiecare schimb necesită ca ambele părți să obțină ceva ce doresc într-o cantitate pe care o doresc, fără a utiliza ceea ce numim bani. Cu alte cuvinte, cineva care oferă ouă de vânzare și dorește să cumpere unt trebuie să găsească pe cineva care vinde unt și dorește ouă în schimb. Acest lucru limitează foarte mult numărul potențialilor parteneri comerciali.

Deoarece bunurile diferă în ceea ce privește durabilitatea și dimensiunea, economiile de troc nu s-au putut transforma în economii productive cu diviziunea muncii. Să ne gândim la un constructor de ambarcațiuni care dorește să își vândă ambarcațiunea de viteză nou proiectată. Chiar dacă ar dori ouă, cu greu ar accepta mii de ouă la schimb - acestea s-ar strica și ar fi inutile într-o perioadă scurtă de timp.

---

[5] Carl Menger, “On the Origin of Money”, trans. Caroline A. Foley, *Economic Journal 2*, no. 6 (June 1892): 239-55.

Prin urmare, ar trebui să găsească pe cineva care să ofere exact pachetul de bunuri pe care îl dorește și pe care este dispus să îl vândă pentru ambarcațiune. De asemenea, părțile trebuie să convină asupra tarifelor: Câte ouă pentru barcă?

Oamenii fac schimb de bunuri pentru a obține o situație mai bună, adică fac schimb *de valoare*. Menger a observat că oamenii vor căuta orice fel de modalități de a ocoli limitările trocului. Dacă producătorul de lactate nu este dispus să accepte ouăle mele pentru unt, dar știu că va accepta pâine, atunci mă pot adresa brutarului pentru a schimba ouă pentru pâine, iar dacă brutarul este de acord, pot schimba pâinea pentru unt. Cu alte cuvinte, eu schimb ouă pentru pâine nu pentru că vreau pâine, ci pentru că vreau să folosesc pâinea pentru a obține unt. Primul meu schimb îl facilitează pe cel de-al doilea, de care beneficiez în mod direct.

Dacă aș dori fructe de pădure, de exemplu, ar trebui să trec prin aceeași procedură dacă persoana care oferă fructe de pădure nu dorește ouăle mele, ci ar accepta altceva. Mi-aș vinde ouăle pentru acel altceva pentru a le schimba cu fructe de pădure. Chiar dacă ouăle funcționează în unele cazuri, ele nu vor funcționa în toate. Dar să spunem că unele dintre ele acceptă același bun diferit în schimbul pâinii. Știind acest lucru, aș putea să-mi schimb ouăle pentru pâine pur și simplu pentru că eu cred că pâinea va fi mai utilă atunci când voi merge la următoarea cumpărătură. În termenii lui Menger, îmi vând ouăle pentru a achiziționa un bun mai vandabil, cu unicul scop de a-l folosi la schimb; pentru mine, acesta servește doar scopului indirect de a facilita schimburile efective. Astfel, are sens să achiziționez pâine chiar dacă nu îmi place - și chiar dacă sunt alergic la ea.

Pe măsură ce oamenii își schimbă produsele pentru bunuri mai vandabile, bunurile mai vandabile devin mai căutate *deoarece pot fi folosite pentru a cumpăra mai multe bunuri*. Și pe măsură ce tot mai mulți oameni își dau seama cât de utile sunt aceste bunuri ca facilitatori ai schimbului, tot mai mulți oameni își vând propriile bunuri (eu ouăle mele, producătorul de lactate untul său etc.) pentru acele bunuri mai vandabile. În cele din urmă, prin acțiunile oamenilor, dar nu prin concepția lor, unul sau câteva bunuri apar ca mijloace de schimb utilizate în mod obișnuit - monezi. Acestea sunt evaluate în primul rând ca mijloace de schimb, nu pentru că sunt bunuri în sine.

Importanța banilor

Într-o economie monetară, folosim banii pentru a plăti bunurile și putem compara cu ușurință prețurile, deoarece toate sunt exprimate în aceeași unitate – o monedă. Dar, așa cum am văzut în capitolele

anterioare, prețurile sunt de fapt rapoarte de schimb. Banii servesc ca intermediar care facilitează comerțul, ridicându-ne deasupra limitelor comerțului de troc.

Existența banilor separă cumpărarea și vânzarea de bunuri de către oameni. Aceasta conferă putere de cumpărare universală valorii de schimb a bunurilor. Cu alte cuvinte, pot să-mi vând bunurile sau serviciile unei persoane, dar să folosesc puterea de cumpărare obținută în schimb (sub formă de bani) pentru a cumpăra bunuri sau servicii de la altcineva. Acest lucru pare evident, deoarece suntem obișnuiți cu el. Cu toate acestea, implicațiile sunt enorme.

În cadrul comerțului de barter, locurile de muncă ar fi posibile numai în cazul în care angajatorul poate oferi bunuri specifice pe care angajatul le acceptă ca plată. Imaginați-vă că angajatorii dvs. nu vă plătesc munca în bani, ci în produse specifice: îmbrăcăminte, produse de igienă, cărți, călătorii, mobilier etc. Este ușor de înțeles că găsirea unui angajator care oferă pachetul de bunuri cel mai dorit ar fi aproape imposibilă. Probabil că ar însemna că ar trebui să acceptați un pachet care este departe de a fi perfect pentru a obține un loc de muncă. Ați putea obține mult mai mult dacă ați primi în schimb valoarea de schimb a acelor bunuri – puterea de cumpărare (bani) – și ați folosi-o pentru a cumpăra bunurile pe care le preferați.

Banii sunt, așadar, mult mai mult decât o simplă utilitate – ei sunt necesari pentru ca schimburile să aibă loc și pentru procesele de producție avansate și specializate pe care le considerăm de la sine înțelese în economia modernă. Producția la scară largă, lanțurile de aprovizionare și specializarea sunt posibile deoarece banii separă eforturile noastre atât ca cumpărători, cât și ca vânzători. Datorită acestei separări, ne putem specializa în ceea ce facem bine, în loc să producem doar ceea ce vrem să consumăm noi înșine. În consecință, ne putem concentra eforturile de producție acolo unde facem cea mai mare diferență – acolo unde creăm cea mai mare valoare pentru societate. Fără bani, nu am fi nici pe departe la fel de productivi.

Decuplarea înseamnă, de asemenea, că putem folosi puterea de cumpărare dobândită – cu ceea ce suntem plătiți pentru a produce – pentru ceea ce considerăm cel mai valoros. Banii ne permit să ne îndeplinim dorințele care nu ar fi niciodată la îndemână prin troc. Consecința de a avea și de a folosi bani înseamnă nu numai o producție mult îmbunătățită, ci și faptul că putem urmări un consum mai valoros. Primul facilitează și crește oportunitățile pentru cel de-al doilea. Și cu cât producem mai multă valoare, cu atât mai multă putere de cumpărare primim în schimb.

Deoarece toți actorii dintr-o economie monetară pot urmări bunurile pe care le apreciază cel mai mult și pot produce bunurile pe care alții le apreciază foarte mult, valoarea totală este mai mare. Ne este mult mai bine într-o economie monetară decât îjntr-o economie de troc.

Prețuri monetare

Banii facilitează compararea prețurilor. În loc să fie exprimate sub formă de rapoarte – în care fiecare bun este „evaluat” în raport cu toate celelalte bunuri –, prețurile sunt exprimate în bani.

Într-o economie de troc, pentru a cumpăra unt, trebuie să cumpăr pâine cu ouă, ceea ce înseamnă că cele trei părți trebuie să stabilească raporturi de schimb. Aș putea schimba o duzină de ouă pentru trei felii de pâine de la brutar. În această tranzacție, prețul unei felii de pâine este de patru ouă, iar prețul unui ou este de un sfert de felie de pâine. Pot apoi să folosesc pâinea pentru a cumpăra o jumătate de kilogram de unt pentru două felii de pâine, ceea ce face ca prețul pâinii pentru unt să fie de două felii pe jumătate de kilogram, iar prețul untului pentru pâine să fie de o jumătate de kilogram pe felie.

Sunt parte la ambele tranzacții și pot deduce că „prețul” unei livre de unt este de opt ouă. Aceasta este o simplificare, deoarece fermierul nu acceptă ouă în schimb. Problema este că prețurile tuturor bunurilor sunt exprimate aici ca raporturi între toate celelalte bunuri. Dacă, de exemplu, fermierul ar accepta și opt căni de fructe de pădure pentru o livră de unt, atunci prețul unei livre de unt ar fi fie două felii de pâine, fie opt căni de fructe de pădure. Astfel de rapoarte (prețuri în natură) ar putea fi stabilite pentru toate combinațiile de bunuri în orice schimb posibil. Dar cum le putem compara? Fără un numitor comun, aceste prețuri sunt toate rapoarte de schimb unice, dificil de înțeles sau de reținut.

Să presupunem că pâinea apare ca monedă în exemplul de mai sus. Aceasta înseamnă că pâinea, care servește ca mijloc de schimb, devine o parte a practic fiecărei tranzacții. Cu alte cuvinte, prețurile tuturor bunurilor pot fi exprimate în termeni de pâine, deoarece acestea sunt tranzacționate în schimbul pâinii. Așadar, aș vinde ouăle pentru pâine și aș folosi pâinea pentru a cumpăra unt și fructe de pădure. Deoarece pâinea este numitorul comun, pot compara cu ușurință prețurile și pot cumpăra bunul care îmi satisface cel mai bine nevoile. Acum, deoarece pâinea este monedă, toți vânzătorii de bunuri sunt dispuși să o accepte ca plată, deoarece vor puterea de cumpărare, nu pâinea în sine.

Dacă o livră de unt costă două felii de pâine și o felie de pâine cumpără două căni de fructe de pădure, atunci îmi este ușor să compar prețurile. Cele trei felii de pâine pe care le-am primit în schimbul celor

douăsprezece ouă pot cumpăra fie o livră și jumătate de unt, fie șase căni de fructe de pădure, fie o altă combinație. Tot ce trebuie să fac acum este să determin care opțiune îmi este mai valoroasă. Pot calcula cu ușurință cum să obțin cea mai mare valoare pentru fiecare felie de pâine.

În această economie monetară, toate bunurile sunt evaluate în termeni de pâine, iar pâinea este evaluată în termeni de toate bunurile. Deoarece pâinea este mijlocul de schimb, putem spune că puterea de cumpărare a (unei felii de) pâine este de jumătate de livră de unt, două căni de fructe de pădure, patru ouă etc. În consecință, este mult mai ușor pentru toată lumea din societate să determine dacă ceva „merită”.

O altă modalitate de a spune acest lucru este că costul de oportunitate al cumpărării a două căni de fructe de pădure pentru o felie de pâine este valoarea oricărui alt produs pe care îl putem cumpăra pentru acea felie de pâine: jumătate de kilogram de unt, patru ouă și așa mai departe. Evident, am alege să cumpărăm orice bun disponibil care ne-ar oferi cea mai mare satisfacție. Deoarece toată lumea caută să obțină valoare și, datorită banilor, poate compara în mod corespunzător prețurile, acțiunile noastre produc o licitație implicită pentru bunurile care au fost produse. Dorința și capacitatea noastră de a cumpăra un bun la un anumit preț constituie *cererea* noastră.

Cel care oferă cel mai mult pentru un bun îl va primi primul și nu va trebui să se descurce fără el. Cei care oferă mai puțin pentru bunul respectiv vor fi serviți mai târziu, până când vânzătorii nu vor mai considera că pâinea oferită merită. Cu cât mai mulți oameni apreciază un bun, cu atât prețul său de piață este mai mare. Și cu cât mai mult din bunul respectiv este de vânzare, cu atât prețul său de piață este mai mic.

În mod similar, deoarece eforturile noastre de cumpărare și vânzare sunt decuplate, putem produce ceea ce ne va aduce cei mai mulți bani în schimb. Acum putem să ne dedicăm munca acolo unde avem mai multe abilități și expertiză și unde putem obține cea mai mare remunerație în bani. Ceea ce înseamnă că, pentru a ne avantaja (remunerație mai mare), alegem să contribuim la economie în modul pe care consumatorii îl apreciază cel mai mult. Într-un context de piață, puterea de cumpărare care ne este oferită în schimbul serviciilor noastre tinde să fie proporțională cu valoarea pe care o aducem pieței în termeni monetari.

Ca urmare, piața liberă oferă celor care contribuie cu cea mai mare valoare la producție cea mai mare putere de cumpărare, ceea ce înseamnă că, la rândul lor, aceștia au o capacitate mai mare de a-și

satisface propriile dorințe prin achiziționarea bunurilor și serviciilor preferate. Puterea de cumpărare – și, prin urmare, puterea de consum – măsura în care oamenii sunt capabili să-și satisfacă dorințele prin bunuri – este, în consecință, o reflectare a contribuției fiecăruia la economie (în calitate de producător). Simplu spus, ceea ce oferim constituie capacitatea noastră de a cere.

Moneda fiduciară și inflația prețurilor

Discuția de mai sus a explicat *conceptul economic* al banilor ca marfă. Din punct de vedere istoric, în diferite societăți, diferite lucruri au fost considerate bani: pietre, scoici, vite etc. În Europa și în afara ei, aurul și argintul au devenit monede universale, internaționale.

Bancnotele pe care le folosim astăzi sunt o evoluție a monedelor din metale prețioase și a sistemului bancar. Procesul este următorul. Băncile vând spațiu în seifurile lor pentru păstrarea în siguranță a banilor oamenilor. Banii sunt fungibili, ceea ce înseamnă că nu contează dacă primești înapoi aceeași monedă de aur sau argint de la bancă, astfel încât băncile pot păstra toate monedele clienților în același seif și pot emite chitanțe pentru numărul de monede pe care fiecare client le are în depozit. Deoarece aceste chitanțe sunt rambursabile în monede, oamenii le pot folosi direct în schimb, în loc să fie nevoiți să le ducă mai întâi la bancă. Cei care rămân cu o chitanță o pot depune la propria bancă, care, la rândul său, face o cerere către banca care a emis chitanța. La intervale regulate, băncile lichidează toate creanțele transportând aurul și argintul net datorat, scutind pe toată lumea de multe probleme.

Această practică are un dezavantaj: oferă băncilor un stimulent pentru a emite mai multe chitanțe decât suma de bani pe care o au în seif. Deoarece chitanțele nu sunt toate răscumpărate în același timp, iar banii sunt fungibili, această practică poate oferi băncilor o putere de cumpărare nejustificată.

Într-un sistem bancar liber, astfel de abuzuri ar fi probabil menținute la un nivel mai scăzut. O bancă ar putea emite aceste chitanțe „în numerar” suplimentare numai atât timp cât practica nu este descoperită și banca își poate menține reputația. Dar, în momentul în care deținătorii acestor chitanțe nu ar mai fi siguri că banca are suficienți bani în seifuri – dacă banca este insolvabilă – ar acționa pentru a-și răscumpăra chitanțele. Istoric, există multe exemple de bănci care și-au pierdut reputația și clienții lor s-au înghesuit să-și retragă banii, provocând o panică bancară. Dacă banca a emis mai multe chitanțe decât poate răscumpăra în bani, panica o falimentează.

Insolvența unei bănci din cauza emisiunii excesive de bani de hârtie poate fi descoperită și în procesul de compensare a creanțelor bancare. O casă de compensare stabilește soldurile băncilor și calculează ce sumă de bani trebuie transferată de la o bancă la alta pentru a echilibra conturile. Dacă o bancă emite prea multă monedă fiduciară, acest lucru va fi descoperit în timpul compensării tranzacțiilor, deoarece celelalte bănci au chitanțe de la această bancă și solicită transportarea de bani reali către ele — bani pe care banca respectivă s-ar putea să nu îi aibă. Astfel, emisiunea excesivă de chitanțe poate fi descoperită atât de clienți, cât și de băncile concurente. Riscul de a fi descoperit, ceea ce înseamnă faliment, este substanțial.

În epoca modernă, majoritatea monedelor sunt monede naționale monopoliste emise de banca centrală a guvernului și nu au nicio acoperire, așa cum aveau chitanțele din exemplul nostru. Această schimbare de situație se explică, în parte, prin încercarea guvernului de a rezolva problema retragerilor masive de fonduri din bănci și, în parte, prin obiectivul său de a exploata puterea de a emite monedă. În calitate de emitent monopolist de monedă, guvernul/banca centrală își poate asigura puterea de cumpărare fără niciun cost aparent.

Cu toate acestea, după cum am văzut mai sus, puterea de cumpărare a banilor se exprimă în raportul dintre bani și bunurile disponibile. Pe măsură ce banii noi sunt folosiți pentru a cumpăra bunuri de pe piață, prețurile cresc peste nivelul la care ar fi fost în mod normal, deoarece există mai mulți bani în circulație. Când se întâmplă acest lucru, observăm o creștere generală, dar nu uniformă, a prețurilor atunci când bani noi intră pe piață. Aceasta este inflația prețurilor.

Moneda fiduciară — creată prin monopolizarea legală a banilor de către guvern — tinde să fie inflaționistă. Este mai ușor pentru guvern să-și asigure puterea de cumpărare prin tipărirea de bani decât să impoziteze populația. Cu toate acestea, efectul este că puterea de cumpărare a banilor scade, ceea ce face ca oamenii să fie relativ mai săraci și distorsionează structura capitalului (așa cum am văzut în capitolul 3). Acest tip de distorsiune determinată de bani provoacă haos în economie, așa cum vom vedea în capitolul următor, și, în cele din urmă, provoacă ciclul de expansiune-recesiune (discutat în capitolul 8).

7. Calculul economic

Banii, așa cum am discutat în capitolul anterior, fac posibile multe schimburi care sunt impracticabile sau imposibile în cadrul comerțului de barter. Drept urmare, suntem într-o situație mai bună. Dar banii au

implicații mai mari, care sunt adesea trecute cu vederea sau înțelese greșit. Printre acestea se numără în primul rând *calculul economic*, care este procesul de determinare a modului în care resursele limitate ar trebui utilizate pentru a produce cele mai valoroase rezultate posibile. Calculul economic este esența oricărei economii.

Putem folosi cunoștințele tehnologice pentru a maximiza rezultatele unui proces de producție, având în vedere intrările și ieșirile, și pentru a respinge intrările care nu sunt adecvate pentru acel tip de producție. Dar ce intrare să folosim, ce proces de producție să adoptăm, ce tehnologii de producție dau rezultate mai bune (cu valoare mai mare) și ce rezultate să urmărim sunt decizii fundamental economice.

De exemplu, cunoștințele tehnologice ne pot spune că aurul este prea moale pentru a fi utilizat la construirea căilor ferate. Dar nu ne pot spune care metal mai dur este cel mai potrivit – cel mai valoros – pentru a fi utilizat: fierul, oțelul sau platina? Răspunsul necesită cunoașterea altor utilizări ale acestor metale, a valorii acestor utilizări și a cantității disponibile din fiecare metal. Cunoștințele tehnologice nu ne pot spune nici când, cum sau dacă să construim calea ferată. Unde ar trebui construită calea ferată? Ar trebui construită sau resursele ar trebui alocate construirii unui alt tip de infrastructură – sau cu totul altceva? Toate acestea sunt întrebări economice – se bazează pe calculul nostru al rezultatului *valorii* relative.

Un metal care este departe de a fi perfect din punct de vedere tehnologic poate fi de fapt cea mai bună alegere, chiar dacă asta înseamnă să se pună șine noi din când în când. Cea mai bună soluție din punct de vedere tehnologic ne oferă puține sau deloc informații despre valoarea rezultatului costului de producție. Fără calcul economic, o economie nu poate economisi resursele limitate.

Banii facilitează calculul economic, un mecanism esențial într-o economie de piață, servind ca unitate comună. Cu alte cuvinte, permit *calculul monetar*.

Natura unei economii productive

Economiștii știu de mult timp că productivitatea este strâns legată de specializare. Am văzut în capitolul 5 cum capitalul crește productivitatea și o face prin creșterea productivității muncii. Obținem mai mult din eforturile noastre de muncă dacă folosim unelte și mașini adecvate. Schimbul de pe piață face, de asemenea, munca mai productivă, deoarece oamenii se pot concentra pe producerea lucrurilor care creează cea mai mare valoare, indiferent dacă le apreciază sau le folosesc personal. În loc ca oamenii să fie autosuficienți și să producă tot ce au nevoie pentru viața de zi cu zi,

pieţele le permit să-şi dezvolte abilităţile unice şi să profite de economiile de scară – de modul în care costul mediu scade odată cu creşterea volumului de producţie – pentru a-şi creşte valoarea totală a producţiei.

Specializarea, sau concentrarea timpului şi eforturilor noastre asupra unui set mai restrâns de activităţi productive, are două efecte principale.

În primul rând, atunci când ne specializăm, devenim mai buni în realizarea anumitor activităţi productive. Adam Smith a observat că specializarea ne face de multe ori mai eficienţi şi mai productivi, deoarece (1) nu pierdem timp trecând de la o sarcină la alta, (2) dezvoltăm şi îmbunătăţim dexteritatea şi priceperea şi (3) putem identifica mai uşor modul de utilizare a maşinilor simple sau de dezvoltare a unor instrumente noi pentru a deveni şi mai eficienţi.

Smith a ilustrat această „diviziune a muncii” cu ajutorul unei fabrici de ace, în care producerea unui ac necesită optsprezece operaţiuni distincte. În exemplul lui Smith, „un muncitor... ar putea, probabil, cu multă trudă, să producă un singur ac pe zi şi cu siguranţă nu ar putea produce douăzeci”. Dar dacă zece muncitori se specializează în efectuarea anumitor operaţiuni, „ar putea produce împreună peste patruzeci şi opt de mii de ace pe zi”. Este o diferenţă enormă – specializarea creşte randamentul muncii de cel puţin *douăzeci şi patru de ori.*

Diferenţa nu constă în unelte sau operaţiuni, care sunt aceleaşi în ambele cazuri, ci în organizarea mai bună a procesului de producţie. Sau, specializarea permite lucrătorilor să fie mult mai productivi.

În al doilea rând, atunci când ne specializăm – şi tocmai pentru că ne specializăm – devenim dependenţi de ceilalţi care îşi îndeplinesc rolul în procesul de producţie, iar ei devin dependenţi de noi. Diviziunea serială a muncii într-un proces de producţie creează interdependenţă: cei zece muncitori din exemplul lui Smith pot produce împreună un număr enorm de ace, dar numai atâta timp cât toţi îşi îndeplinesc sarcinile. Dacă un muncitor, care se află în mijlocul procesului de producţie, nu se prezintă la muncă, acest lucru creează o lacună în proces. Muncitorii din operaţiunile anterioare, până la punctul în care începe sarcina muncitorului lipsă, vor putea să-şi îndeplinească partea lor, dar muncitorii care au nevoie de contribuţia muncitorului lipsă nu îşi pot îndeplini operaţiunile, astfel încât nu se vor produce ace. Pentru ca procesul să genereze ace, toate sarcinile trebuie îndeplinite. Pur şi simplu, cei zece muncitori specializaţi sunt uniţi. Dacă lanţul este rupt, din orice motiv, vor trece de la producerea a patruzeci şi opt de mii de

ace la doar două sute (maximul pentru zece muncitori nespecializați în exemplul lui Smith).

O astfel de interdependență este riscantă și poate părea o idee proastă, dar nu este așa. Fiecare dintre acești muncitori are interesul de a finaliza procesul; în caz contrar, nu ar mai fi insigne de vânzare și nu ar mai exista locuri de muncă. (Ca muncitori nespecializați, ei nu ar putea produce mai mult de douăzeci de insigne fiecare și ar avea un nivel de trai mai scăzut.) Deci, întrucât eforturile lor productive specializate sunt interdependente, muncitorii au un interes comun în finalizarea procesului de producție.

Argumentul lui Smith este mai general și nu se limitează doar la producția industrială. Structura capitalului în sine este rezultatul specializării: o diviziune a resurselor care facilitează, consolidează și îmbunătățește diviziunea muncii.

Când brutarul care produce lipii construiește un cuptor (vezi capitolul 5), el nu numai că își crește productivitatea ca brutar, ci și dezvoltă cunoștințele și abilitățile necesare pentru a produce cuptoare. Dacă există și alți brutari interesați să utilizeze inovația sa, brutarul nostru s-ar putea specializa în fabricarea cuptoarelor în loc de coacerea pâinii. El ar putea aproviziona alți brutari, care s-ar putea specializa în producerea pâinii coapte la cuptor. Rolul brutarului s-a schimbat de la coacerea pâinii la furnizarea de cuptoare, iar traiul său depinde acum de disponibilitatea resurselor necesare pentru a produce cuptoare și a le vinde. Este o oportunitate de a crea mai multă valoare și de a crește nivelul de trai al său și al tuturor celorlalți.

Acest exemplu simplu al brutarului arată cum un proces de producție mai lung, prin inovații și diviziunea intensivă a muncii și a capitalului care rezultă din acesta, este adoptat deoarece produce mai multă valoare. Este mai productiv decât utilizarea mai eficientă a resurselor limitate, în special a forței de muncă. Economia modernă are procese de producție extrem de lungi, cu specializări atât de înguste, încât majoritatea dintre noi nu ar putea supraviețui fără restul economiei. Gândiți-vă la tot ceea ce folosiți și de care depindeți în viața de zi cu zi, dar pe care nu l-ați produs voi înșivă și pe care probabil *nu îl puteți* produce. Depindem de mulți necunoscuți care își fac treaba în procesul de producție.

Pe de altă parte, o economie nu ar putea niciodată să susțină numărul mare de oameni care trăiesc astăzi în lume fără specializare. Iar populația mai puțin numeroasă pe care ar putea-o susține nu ar avea la dispoziție confortul și numărul de bunuri de care beneficiem noi. Prosperitatea noastră modernă este rezultatul diviziunii muncii și a

capitalului, care este constant îmbunătățită și perfecționată prin inovare și concurență pe piață.

Piața reduce riscurile și potențialele dezavantaje ale interdependenței în lanțurile de producție și aprovizionare prin influențarea proceselor de producție paralele — redundanța. Atunci când un proces de producție nou și specializat generează profituri, acesta va fi rapid copiat de antreprenorii dornici să împărtășească acel profit. Cu alte cuvinte, dacă producătorul de cuptoare obține profituri mari din cuptoarele sale, alții vor încerca să facă același lucru. Aceștia vor dezvolta structuri de producție paralele pentru a capta o parte din piață.

Cu acest tip de concurență prin imitare, riscul ca producția să nu fie finalizată este mult diminuat. Imaginați-vă că producătorul de cuptoare ar fi angajat mai mulți muncitori pentru a construi cuptoarele printr-un proces de producție specializat. Succesul întregii întreprinderi depinde de faptul că toți muncitorii își fac treaba. Dar când alții imită acest proces pentru a obține o parte din profiturile din industria cuptoarelor, ei pot folosi și finaliza un cuptor pe jumătate terminat pe care un alt antreprenor nu l-ar fi putut finaliza. Astfel, eșecul din cauza interdependenței este puțin preocupant pe piețe, spre deosebire de procesele centralizate.

Redundanța este ineficientă? De ce există mulți producători care oferă aceleași bunuri în loc să existe o singură fabrică care să producă la scară mai mare? Acest lucru ignoră faptul că piața este un proces (mai multe detalii mai jos) — că o singură firmă nu este suficientă pentru a stabili toate procesele extrem de specializate. Există două motive principale pentru acest lucru. În primul rând, caracterul incomplet: acele procese extrem de specializate și unice ar fi riscante, deoarece fiecare sarcină specializată ar putea determina succesul sau eșecul lor. Nu este evident că utilizarea economiilor de scară oferă mai multe beneficii decât lipsa redundanței, care riscă, de asemenea, eșecul întregului proces. În al doilea rând, rafinamentul: inovațiile în producție nu sunt niciodată perfecte de la început, ci devin mai bune prin concurență, pe măsură ce noii antreprenori descoperă cum să îmbunătățească funcționalitatea. Fără redundanța pieței, nu am obține niciodată procese de producție suficient de bune pentru a construi economii de scară.

Al doilea punct necesită câteva precizări. Multe îmbunătățiri și progrese au loc pe măsură ce concurența de pe piață împarte procesele de producție în sarcini și procese din ce în ce mai mici și mai specializate. Antreprenorii încearcă în permanență să depășească

producția existentă prin inovare și găsirea unor metode de producție mai bune. Ei înlocuiesc părți ale proceselor existente cu subprocese mai specializate, care se așteaptă să fie mai productive și să ofere un avantaj competitiv. Inovația orientată spre profit a antreprenorilor subdivide și descentralizează din ce în ce mai mult procesele de producție. Ceea ce înainte erau părți specializate ale unui proces de producție nou devin bunuri și servicii standardizate tranzacționate pe piață.

Luați în considerare acest exemplu. La început, antreprenorii au implementat idei noi pentru a urmări și gestiona producția, precum și pentru a crește vânzările. Aceste idei s-au extins la departamentele de contabilitate și marketing, ale căror specializări au făcut aceste sarcini mai productive. Astăzi, contabilitatea și marketingul sunt afaceri separate, deoarece antreprenorii au descoperit că era mai productiv să se specializeze în una sau alta și să vândă aceste servicii întreprinderilor ca entități separate. Acest lucru permite producătorilor să se concentreze pe producție, contabililor pe contabilitate și specialiștilor în marketing pe marketing. Fiecare dintre ei se poate specializa în domeniul său, își poate îmbunătăți procesele respective și își poate crește producția globală. Acesta este același motiv pentru care fermierii nu își construiesc propriile tractoare, nu își dezvoltă propriile semințe și nu își produc propriile îngrășăminte și pesticide.

Interdependența productivă are și un rezultat social pozitiv. Am observat în discuția anterioară că capacitatea noastră de a cere – puterea noastră de cumpărare – provine din producerea de valoare pentru alții. Pe măsură ce economia devine din ce în ce mai specializată, contribuția noastră personală depinde din ce în ce mai mult de contribuțiile productive ale altora. Și viceversa. Acest lucru înseamnă, de asemenea, că eu, în acest context de piață, trebuie să îi servesc pe alții pentru a mă servi pe mine însumi, deoarece capacitatea mea de a cere se bazează pe valoarea ofertei mele. În consecință, cu cât interacționez mai mult cu ceilalți, cu cât îi cunosc și îi înțeleg mai bine, cu atât pot produce mai bine ceea ce ei apreciază cel mai mult. Acest lucru se aplică atât antreprenorilor independenți, care caută să-și servească clienții, cât și angajaților din marile corporații, care sunt plătiți în funcție de cât de bine își servesc angajatorii. Astfel, producția de piață este empatică – capacitatea ta de a oferi valoare altora determină în ultimă instanță valoarea pe care o obții în schimbul eforturilor tale.

Aceasta înseamnă că procesul de piață nu se referă doar la producție, ci este un proces civilizator: necesită și sporește cooperarea socială în

beneficiul nostru reciproc și comun. Nu există contradicții în producția pe piața liberă – există doar valoare și urmărirea acesteia prin producție empatică. Concurența este, de fapt, cooperare: nu este dirijată sau concepută, ci se manifestă prin mecanismul prețurilor. Și odată cu ea vine o mai bună înțelegere și respect pentru punctele de vedere ale altor oameni – pentru că acest lucru ne face mai buni.

Ludwig von Mises a fost foarte clar:

Societatea este rezultatul unui comportament conștient și intenționat. Acest lucru nu înseamnă că indivizii au încheiat contracte în virtutea cărora au fondat societatea umană. Acțiunile care au dus la cooperarea socială și o reînnoiesc zilnic nu vizează altceva decât cooperarea și colaborarea cu ceilalți pentru atingerea unor scopuri unice și definite. Ansamblul complex al relațiilor reciproce create de astfel de acțiuni concertate se numește societate. Acesta înlocuiește viața izolată a indivizilor, cel puțin în ceea ce privește concepția. Societatea este diviziunea muncii și combinarea muncii. În calitatea sa de animal activ, omul devine un animal social.[6]

Economia și societatea sunt două fețe ale aceleiași monede. Nu este posibil să se separe procesul de piață de societate și civilizație.

Forța motrice

Ne-am referit la economia de piață ca la un proces, dar nu am discutat încă ce anume o face să fie un proces.

Piața cu care interacționăm și pe care o putem observa reprezintă, de fapt, o serie de procese de producție care generează bunurile și serviciile pe care le putem cumpăra. Aceste procese generează locuri de muncă care ne permit să obținem un venit, iar cu acest venit putem alege să cumpărăm bunuri.

Dar procesul de piață nu se rezumă doar la producția de bunuri care are loc în prezent. Cine decide ce bunuri noi ar trebui produse? Răspunsul simplu este: antreprenorii. Ei concep bunuri noi și procese de producție noi care, în opinia lor, vor aduce beneficii consumatorilor și, prin urmare, le vor aduce profit. Dar antreprenorii nu pot ști dacă ceea ce produc și pun în vânzare va fi apreciat sau la ce prețuri sunt dispuși consumatorii să cumpere. Așadar, antreprenorii speculează – ei pariază că ceea ce ei consideră valoros va fi apreciat de consumatori. Procedând astfel, antreprenorii impulsionează procesul de piață. Ei contestă constant status quo-ul în căutarea lor de a crea mai multă valoare.

---

[6] Vezi Ludwig von Mises, *Human Action: A Treatise on Economics*, ediția academică (Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 1998), p. 143.

Antreprenorii încearcă să creeze noi valori și să stimuleze evoluția producției pe termen lung. De exemplu, în anul 1900, producția de mijloace de transport personale se concentra pe punerea la dispoziție a cailor și a trăsurilor. Dar în anul 2000, aceasta se concentra pe fabricarea automobilelor. Această schimbare reprezintă procesul pieței: schimbarea și perfecționarea constantă a ceea ce se produce și a modului în care se produce.

Antreprenoriatul este forța motrice a procesului de piață. Marea schimbare de la trăsuri trase de cai la automobile a fost o chestiune de inovare antreprenorială, parte a ceea ce economistul Joseph A. Schumpeter a numit în mod faimos „distrugere creativă”. Aspectul creativ al schimbării a fost apariția automobilului – un nou tip de transport personal oferit consumatorilor. Mai precis, introducerea modelului T al lui Henry Ford – un automobil accesibil, produs în serie – a făcut ca noile automobile să fie accesibile unui număr atât de mare de consumatori. Oamenii nu au ales să renunțe la cai și trăsuri, ci au ales automobilele deoarece acestea ofereau o valoare mai mare. Aici se află „distrugerea” – piața transportului cu cai și trăsuri s-a prăbușit deoarece consumatorii au primit o valoare mai mare în altă parte.

Cu alte cuvinte, automobilele ofereau consumatorilor o valoare mai mare decât mijloacele de transport preferate anterior. În consecință, persoanele care creșteau și dresau cai și construiau trăsuri nu mai aduceau o contribuție suficientă. Afacerile și profesiile lor au fost astfel înlocuite rapid de altele, mai apreciate de consumatori.

Afacerile și profesiile care apăruseră pentru a susține transportul cu trăsuri trase de cai au dispărut sau au fost nevoite să se reorienteze către producția altor bunuri. Așadar, astăzi avem doar câteva grajduri, dar există multe mine de fier, fabrici de oțel și benzinării care susțin industria automobilelor.

Aceste schimbări către noi valori apar constant pe piață. Uneori suntem conștienți de ele, deoarece sunt rapide și ne afectează personal. Dar de multe ori nu suntem conștienți de schimbări. Acesta din urmă este de obicei cazul când schimbări majore au loc *în* cadrul proceselor de producție, dar nu afectează bunurile de consum. Calculatorul, de exemplu, a revoluționat atât procesele de producție, cât și modul de funcționare al firmelor. Deși calculatoarele pot eficientiza procesul de producție – sau îl pot restructura complet –, consumatorii adesea nu observă diferența în produsele oferite în magazine. Dar producătorii o observă, pe măsură ce încep să apară noi profesii și specializări. Aceste noi locuri de muncă care creează valoare oferă salarii mai mari și noi tipuri de cariere. În 1900 nu existau profesioniști în domeniul

computerelor, dar în 2000 aceasta era o carieră obișnuită și respectată, iar aceștia aveau un nivel de trai mult mai ridicat decât cei mai pricepuți dulgheri care produceau trăsuri de lux în 1900.

Producerea de valoare

Antreprenorii concurează atât cu întreprinderile existente, cât și cu alți antreprenori pentru a produce o nouă valoare pentru consumatori. Antreprenorii au un rol mai important. Speculând și mizând pe crearea unei noi valori, antreprenorii furnizează mijloacele pentru calculul economic – ei determină prețurile în bani ale mijloacelor de producție. Acest lucru este fundamental important – este ceea ce face posibilă economia. Fără antreprenorii care îndeplinesc această funcție, ar fi imposibil să se economisească resurse și să se descopere noi procese de producție inovatoare.

Pentru a înțelege acest lucru, trebuie să luăm în considerare ceea ce fac antreprenorii. Mai precis, trebuie să luăm în considerare semnificația acțiunilor lor în ansamblu. La fel ca în cazul multor altor aspecte ale economiei, fenomenele observabile rezultă din acțiunile oamenilor, dar nu sunt create de o singură persoană. În schimb, ele sunt modele (ordine) care rezultă din acțiunile oamenilor. Cu alte cuvinte, dacă conduc pe o parte a drumului, dar nu și pe cealaltă, nu este o problemă majoră. Același lucru este valabil și pentru ceilalți șoferi. Dar dacă toți șoferii conduc pe partea dreaptă a drumului, atunci se creează o ordine a traficului (în ansamblu) care este benefică pentru toți: mai puține accidente și deplasări mai rapide. Această ordine afectează și deciziile individuale ale șoferilor – este mai logic să conduci pe aceeași parte ca toți ceilalți, deoarece a face altfel ar fi nesigur și extrem de ineficient.

În mod similar, ceea ce face un antreprenor este important și poate fi chiar revoluționar, așa cum am văzut în cazul modelului T al lui Henry Ford. Dar revoluționar în ce sens? În sensul că revoluționează ordinea pieței existente anterior, care este suma acțiunilor producătorilor și consumatorilor. Astfel, antreprenorii pot acționa *individual* în anumite moduri (corolarul conducerii individuale pe o parte a drumului) și, în *ansamblu*, pot crea o ordine (conducerea pe banda dreaptă) care ne avantajează pe toți.

Să detaliem pentru mai multă claritate. Antreprenorul imaginează un bun sau un proces nou, care nu a fost încă încercat. Henry Ford a imaginat o mașină folosind linia de asamblare, Johannes Gutenberg o presă de tipar, iar Thomas Edison un bec electric. Antreprenorul este convins că noul bun va aduce consumatorilor mai multă valoare decât bunurile existente. El crede că valoarea potențială este atât de mare

încât consumatorii vor fi dispuși să plătească pentru noul său bun. Cu alte cuvinte, el se așteaptă să obțină profit.

Calculul profitului antreprenorului se bazează pe costurile resurselor disponibile: salariile angajaților, facilitățile de producție, materialele și utilajele, energia electrică etc. Aceste costuri sunt ușor de estimat, deoarece resursele sunt disponibile pe piață, iar prețurile lor sunt deja stabilite (acest aspect este important și vom reveni asupra lui). Pentru resursele greu de obținut, un antreprenor poate estima cât va fi necesar pentru a depăși oferta altor producători. Costul construirii unui nou tip de mașină poate fi, de asemenea, estimat, deoarece tot ceea ce este necesar este deja disponibil pentru achiziție. Practic, toate costurile pot fi estimate în prețuri monetare, astfel încât un antreprenor poate estima cu ușurință costul de producție al acestui nou bun.

Va merita efortul? Va genera această întreprindere profit suficient? Pentru a afla acest lucru, antreprenorul trebuie să estimeze *valoarea noului produs pentru consumatori*. Această valoare oferă o idee aproximativă despre prețurile pe care consumatorii vor fi dispuși să le plătească și cantitatea vândută la aceste prețuri. Acest preț, derivat din valoare, stă la baza deciziilor antreprenorului cu privire la modul, momentul și locul de producție. Veniturile preconizate în *prețuri monetare* constituie suma maximă pe care un antreprenor ar fi dispus să o plătească lucrătorilor, vânzătorilor de capital etc. Scăzând costurile din veniturile preconizate, antreprenorul își face o idee despre profitabilitatea unui produs și rata de rentabilitate preconizată. Acest calcul monetar este posibil deoarece atât costurile, cât și beneficiile sunt exprimate în bani – ele pot fi comparate și se poate calcula un rezultat, chiar dacă acesta se bazează în parte pe presupuneri și estimări, dar este unul previzibil. Pe baza profitului preconizat, antreprenorul poate decide apoi dacă investiția merită. Calculul monetar permite economisirea la nivel de piață!

Poate părea evident, dar nu este. Mulți trec cu vederea faptul că rezultatul valoric este cel care ghidează antreprenorii și le influențează alegerile privind modul de conducere a afacerii. Antreprenorii sunt motivați de profituri, care pot fi obținute atunci când consumatorii apreciază produsul. Cu alte cuvinte, valoarea nu depinde de antreprenor, dar *costul este o alegere.*

Luați în considerare efectul combinat al tuturor antreprenorilor care iau decizii cu privire la costuri pe baza celor mai bune estimări ale valorii pe care o vor oferi consumatorilor. Aceștia licitează constant pentru resurse și își reconsideră costurile, concurând între ei. La fel ca antreprenorul de mai sus, s-ar putea să fie nevoiți să motiveze lucrătorii

sau să atragă vânzătorii de materiale sau servicii oferindu-le un preț mai mare. Chiar dacă au deja o afacere, ei trebuie să aleagă dacă să reînnoiască contractele anterioare, să le renegocieze, să revizuiască producția etc. Aceste alegeri și decizii se bazează pe rezultatul valorii așteptate: pentru antreprenorii care încearcă ceva nou, aceasta este cea mai bună estimare a valorii pe care consumatorii ar putea-o vedea în produsele lor; pentru antreprenorii care continuă să producă un produs existent, ar putea fi presupunerea lor că lucrurile vor continua ca înainte (sau nu!).

Antreprenorii care se așteaptă să producă mai multă valoare pot oferi prețuri mai mari pentru inputuri și vor găsi mai ușor inputurile dorite. Cei care se așteaptă să producă mai puțină valoare nu își pot permite să cumpere cele mai scumpe inputuri și vor trebui să ia în considerare alte inputuri, probabil inferioare. Acest lucru înseamnă că resursele cele mai utile și care contribuie la crearea de valoare vor fi vândute la prețuri mai mari și, prin urmare, vor fi utilizate acolo unde se așteaptă să creeze cea mai mare valoare pentru consumatori. Astfel, antreprenorii *direcționează resursele* indirect către „cele mai bune” utilizări ale acestora.

Procesul de licitare nu este doar o modalitate de a direcționa resursele către locul în care se preconizează că vor fi cele mai valoroase, deși acest aspect este foarte important. El determină și prețurile de piață ale acestor resurse. Există deja prețuri stabilite pe care antreprenorii le pot utiliza în calculele lor de rentabilitate. Pentru a evita pierderile, antreprenorii vor evita resursele prea scumpe (ceea ce este un semn că piața se așteaptă ca altcineva să creeze mai multă valoare din acestea) și vor alege în schimb resurse mai accesibile, care pot genera profit.

Astfel, licitațiile competitive ale antreprenorilor direcționează resursele *și* determină prețurile acestora și, prin extensie, *proiectele care ar trebui urmărite*. Numai proiectele cu cea mai mare valoare preconizată pot genera profit (și, prin urmare, vor fi urmărite). Un antreprenor care anticipează crearea unei noi valori își poate permite să depășească oferta de producție existentă.[7] Acesta este motivul pentru care marile corporații au o influență redusă asupra antreprenorilor. Ceea ce contează este contribuția la valoarea preconizată, nu dimensiunea organizației.

Acest proces curios de stabilire a prețurilor de piață pentru mijloacele de producție, în care antreprenorii iau decizii pe baza prețurilor în

[7] Antreprenorii care nu dispun de capital propriu ar trebui să poată obține finanțare externă dacă valoarea preconizată este suficient de mare.

stabilirea cărora sunt și ei implicați, este ceea ce permite pieței să utilizeze *resursele limitate în mod rațional*, adică din punct de vedere economic, din perspectiva valorii viitoare. Acest proces nu creează un rezultat perfect, ceea ce este imposibil, deoarece deciziile de producție, inclusiv costurile care trebuie asumate, preced întotdeauna evaluările consumatorilor. Rezultatul oricărei producții este incert și depinde în ultimă instanță de ceea ce aleg consumatorii să cumpere. Rețineți că este un *proces* – nu poate fi maximizat, deoarece rezultatul nu este și nu poate fi cunoscut, dar poate fi îmbunătățit.

Incertitudinea viitorului explică de ce atât de mulți antreprenori eșuează. Fără a cunoaște viitorul, mulți dintre ei vor calcula greșit, poate supraestimând valoarea pentru consumator a ceea ce își propun să producă.

Cu toate acestea, antreprenorii care au eșuat aduc o contribuție importantă, deoarece eșecul lor le arată altor antreprenori ce nu funcționează și le pune resursele la dispoziția altor antreprenori.

Acest sistem funcționează deoarece se bazează pe proprietatea privată: antreprenorii câștigă sau pierd personal. Dacă nu ar risca să-și piardă proprii bani și proprietăți, mulți dintre ei ar fi mai puțin atenți în alegerea costurilor pe care le suportă, iar prețurile nu ar mai fi estimări raționale ale valorii. Dacă antreprenorii nu ar avea de câștigat din întreprinderile lor incerte, ar avea puține motive să le încerce și și mai puține motive să aleagă costurile în mod înțelept.

Pe scurt, procesul de piață distribuie în mod rațional resursele limitate, deoarece antreprenorii își riscă propriile bunuri personale și, prin urmare, fac tot posibilul pentru a lua deciziile corecte. Dacă eșuează, sunt eliminați fără milă și au mai puțin capital pentru a încerca din nou. Antreprenorii care au succes, care și-au ales în mod înțelept costurile și au produs bunuri apreciate de consumatori, sunt recompensați cu profituri. Această dinamică antreprenorială creează o „diviziune a muncii intelectuale” în care cei mai buni și mai străluciți își pot încerca ideile și pot aduce beneficii consumatorilor.

Antreprenoriat și management

Procesul de piață, așa cum este descris aici, este mult mai complex decât ceea ce putem observa în orice moment. Deoarece este un proces, tot ceea ce există la un moment dat este rezultatul a ceea ce a existat înainte și va fi provocat de ceea ce va urma. Cu alte cuvinte, firmele care există astăzi sunt rezultatul procesului de selecție al pieței – ele au „câștigat” licitația antreprenorială pentru resurse. Dacă consumatorii ar fi ales altfel sau antreprenorii ar fi avut alte idei, ar fi existat alte întreprinderi care ar fi produs alte bunuri.

În mod similar, unii dintre antreprenorii care se află în prezent în procesul de obținere a finanțării, de lansare a afacerilor lor sau de experimentare a proceselor de producție creează afacerile de mâine. Producătorii existenți vor rămâne în afaceri numai dacă vor continua să creeze valoare – și să creeze *mai multă valoare* decât afacerile de mâine. Acesta este motivul pentru care afacerile existente, chiar și cele foarte mari, nu pot sta cu mâinile în sân, ci trebuie să inoveze. Ele au un loc în procesul de piață numai atâta timp cât nimeni altcineva nu oferă consumatorilor mai multă valoare.

Cu alte cuvinte, dacă am analiza economia și ne-am concentra doar asupra afacerilor existente, am pierde din vedere cea mai mare parte a procesului! Nu am putea înțelege de ce există aceste afaceri (și bunurile pe care le produc) și nu am înțelege cum sau de ce antreprenorii cu idei mai bune le-ar putea înlocui în curând. Privind doar la *status quo* – economia pe care o putem observa în prezent – sau la schimbările care au avut loc în trecutul recent, am putea concluziona cu ușurință că economia este un sistem destul de static, care este departe de a maximiza utilizarea resurselor. Ar fi ușor să găsim ineficiențe și să venim cu alte soluții potențiale. Dar aceasta ar fi o greșeală enormă. Procesul de piață se referă în primul rând la găsirea unor modalități de a crea o nouă valoare pentru consumatori – nu la maximizarea producției actuale.

Este un proces *antreprenorial*. Starea actuală este doar cea mai recentă expresie a procesului – sunt câștigătorii de ieri, înainte de a fi înlocuiți de cei de mâine. Procesul de piață este în continuă schimbare și se caracterizează prin reînnoire și progres.

Procesul de piață depășește cu mult simpla *gestionare a producției*. Ar trebui să ne dorim ca întreprinderile să aibă o bună gestionare care să eficientizeze producția, să reducă costurile și să îmbunătățească produsele pe care le fabrică. Dar gestionarea este ceea ce are loc în producție după ce antreprenorul a avut dreptate. După cum spunea Mises, managerul este „partenerul junior” al antreprenorului.

Pe scurt, managementul rezolvă o problemă complet diferită de antreprenoriat. Este vorba despre maximizarea rezultatului unui proces de producție (de obicei în termeni de profit). Este o eroare fundamentală să interpretezi greșit procesul de piață ca fiind doar managementul producției.

III. Intervenţionismul

8. Intervenţionismul monetar

Ciclul de expansiune şi prăbuşire

Fluctuaţiile constante ale economiei nu sunt schimbări aleatorii, ci ajustări ale aparatului de producţie în scopul creării de valoare. Valoarea este o ţintă în mişcare, deoarece consumatorii doresc schimbări în timp, inovaţii şi noi oportunităţi. Ajustările constante înseamnă că piaţa este cel mai bine înţeleasă ca un proces.

Există două tendinţe fundamentale în acest sens. În primul rând, există ajustările aduse producţiei existente, menite să menţină eforturile aliniate la valoarea aşteptată de consumatori. Fără acestea, producţia ar deveni din ce în ce mai nealiniată la ceea ce doresc consumatorii. Ca urmare, am asista la o scădere a nivelului de trai.

În al doilea rând, antreprenorii încearcă inovaţii care, în viziunea lor, vor crea o nouă valoare pentru consumatori. Atunci când acestea au succes, ele perturbă şi înlocuiesc producţia existentă. Când producţia este revoluţionată în acest fel, economia creşte şi nivelul nostru de trai se îmbunătăţeşte.

Procesul general depinde de un sistem de preţuri funcţional, care oferă actorilor economici informaţiile de care au nevoie pentru a răspunde în mod raţional la schimbări (am văzut cum funcţionează acest lucru în capitolul 7). Cu toate acestea, dacă preţurile sunt manipulate şi oferă informaţii false, antreprenorii vor lua decizii pe baza acestor informaţii eronate. Acest lucru înseamnă că antreprenorii sunt mai susceptibili să eşueze în întreprinderile lor, dar înseamnă şi că acţiunile antreprenorilor introduc erori în aparatul de producţie. Ca urmare, economia devine *distorsionată.*

Ciclul de expansiune-recesiune este un tip particular de distorsiune în care semnalele de preţ manipulate determină investiţii greşite care produc o expansiune artificială şi nesustenabilă, urmată de o recesiune pe măsură ce erorile din producţie devin evidente.

Rata de rentabilitate şi investiţiile de capital

Pentru orice investiţie, este important să ne gândim la randamentul aşteptat ca la o rată, mai degrabă decât la o sumă. De ce? Pentru că rezultatul relativ este cel care determină cât de bună este investiţia. Un profit de 1 milion de dolari nu este foarte mare dacă provine dintr-o investiţie de un miliard de dolari. Dar 1 milion de dolari este un randament enorm dacă investiţia iniţială a fost de 100.000 de dolari.

Profitul în dolari este același, dar cel din urmă este de zece mii de ori mai mare decât cel dinainte.[8]

Gândirea la profit în termeni de rate de rentabilitate facilitează compararea diferitelor proiecte. Aceasta înseamnă că un antreprenor – și investitorii în afacerea antreprenorului – pot compara alternative care sunt diferite în toate privințele. De exemplu, o nouă companie aeriană ar necesita o investiție masivă de capital pentru achiziționarea avioanelor, angajarea echipajelor și obținerea accesului la aeroporturi, în timp ce un nou serviciu de întreținere a peluzelor necesită o investiție inițială mult mai mică. Dar s-ar putea ca investiția mai mare să ofere totuși o *rată* de rentabilitate mult mai mare, ceea ce înseamnă că este mai rentabilă din punct de vedere economic, chiar dacă necesită mult mai mult capital.

După cum am discutat, profiturile pieței sunt corelate cu valoarea pentru consumatori. O investiție generează un randament mai mare *datorită* valorii sale mai mari pentru consumatori. Acest lucru înseamnă că suntem cu toții mai bine dacă investițiile realizate obțin randamente cât mai mari posibil.

O rată de rentabilitate mai mare înseamnă, de asemenea, că un antreprenor poate împrumuta mai ușor capital de investiții. În consecință, proiectele cu intensitate mare de capital (cum ar fi o companie aeriană) pot obține în continuare finanțarea necesară, chiar dacă sunt foarte costisitoare la început. Iar antreprenorul poate calcula cu ușurință dacă costul capitalului merită. De exemplu, dacă rentabilitatea unui proiect va fi de 7% și se poate obține un împrumut de la bancă cu o dobândă de 5%, atunci câștigul net preconizat este de 2%. Aceasta înseamnă că antreprenorul poate compara acest 2% net cu, de exemplu, ceea ce ar câștiga o investiție mult mai puțin intensivă din punct de vedere al capitalului (cum ar fi un serviciu de întreținere a peluzelor), chiar dacă nu ar avea nevoie de finanțare externă. Dacă se preconizează că serviciul de întreținere a peluzelor va oferi un randament net de 4%, antreprenorul nu ar alege să înființeze o companie aeriană. Rata de rentabilitate a acesteia este doar jumătate din ceea ce poate câștiga din serviciul de întreținere a peluzelor (2% în loc de 4%).

Dar imaginați-vă că rata dobânzii ar fi de doar 1%. Acum, randamentul companiei aeriene este cu *50% mai mare*[9] decât cel al serviciului de întreținere a peluzelor, chiar dacă nimic altceva nu s-a schimbat. În

---

[8] Un profit de 1 milion de dolari dintr-o investiție de 1 miliard de dolari reprezintă un randament de 0,1%, dar dintr-o investiție de 100.000 de dolari, reprezintă un randament de 1.000%. Astfel, dacă cei 1 miliard de dolari ar fi fost investiți în proiecte mai mici, cu un randament de 1.000%, ar fi generat un profit total de 10 miliarde de dolari. Adică de zece mii de ori mai mult decât profitul investiției mari.

această situație, ne-am aștepta ca antreprenorii să înființeze companii aeriene în locul serviciilor de întreținere a peluzelor, deoarece acolo vor câștiga mai mulți bani, în ciuda faptului că vor contracta împrumuturi pentru investiție. Este nevoie de mai mult capital productiv pentru a înființa o companie aeriană, dar acest lucru nu reprezintă o problemă la o rată a dobânzii mai mică.

Dacă diferența dintre ratele de rentabilitate este suficient de mare, am putea vedea antreprenori care își vând sau întrerup serviciile de întreținere a peluzelor pentru a se dedica în schimb companiilor aeriene și altor afaceri care necesită mai mult capital. Aceasta ar fi o schimbare economică adecvată în investiții, deoarece industria aeronautică oferă o valoare mai mare consumatorilor (reflectată în rata de rentabilitate mai mare). Capitalul existent ar fi investit acolo unde poate fi utilizat în mod productiv în serviciul consumatorilor.

O rată de rentabilitate mai mare nu se datorează doar costurilor mai mici. Ea poate fi și rezultatul unei creșteri a valorii adăugate. Costurile mai mici și creșterea valorii adăugate pot contribui la creșterea ratei de rentabilitate și viceversa. Ceea ce contează în luarea deciziilor de investiții este rezultatul final preconizat în raport cu investiția necesară.

Cu toate acestea, chiar dacă ratele nete de rentabilitate preconizate ale proiectelor sunt identice, situațiile economice ale acestora pot fi diferite. Acesta este un alt exemplu al modului în care piața le oferă actorilor mai multă putere prin reducerea pragului: un antreprenor nu trebuie să știe *de ce* rata de rentabilitate este ridicată pentru a face o investiție. Dar acest lucru contează atunci când încercăm să înțelegem economia. De exemplu, când rata dobânzii este de 5%, o rentabilitate preconizată de 11% pentru investițiile cu intensitate mare de capital în transportul aerian face ca rentabilitatea lor netă să fie cu 50% mai mare decât rentabilitatea de 4% pentru serviciile de întreținere a peluzelor.

Dar economia este diferită. În cazul unui randament de 11% și al unei rate a dobânzii de 5%, rata ridicată a randamentului se datorează creării unei valori așteptate ridicate. Rata ridicată a dobânzii sugerează că capitalul este limitat, motiv pentru care băncile pot percepe o rată a dobânzii ridicată. Pentru a atrage investiții – și, prin urmare, capital – companiile aeriene trebuie să creeze mai multă valoare. Am văzut acest lucru mai sus: când rata de rentabilitate a companiilor aeriene era de

[9] Randamentul serviciului de întreținere a peluzei rămâne de 4%, în timp ce rata de rentabilitate preconizată a companiei aeriene este acum de 7%, minus costul capitalului de 1%. Aceasta reprezintă cu 50% mai mult decât serviciul de întreținere a peluzei (6%/4%=150%).

numai 7%, serviciile de întreținere a peluzelor au obținut o rată netă de rentabilitate mai mare. Când rata de rentabilitate a companiilor aeriene a crescut la 11%, serviciile de întreținere a peluzelor au obținut o rată netă de rentabilitate mai mică decât companiile aeriene. Investitorii au fost atunci stimulați să-și retragă banii din serviciile de întreținere a peluzelor și din alte investiții și să-i investească în companiile aeriene pentru a obține profituri mai mari. Această activitate transferă capitalul deja utilizat către utilizări mai bune (care creează mai multă valoare): consumatorii câștigă pe măsură ce se produce mai multă valoare folosind *aceleași* resurse.

În cazul unui randament de 7% și al unei rate a dobânzii de 1%, rata dobânzii este mai mică deoarece există *mai mult* capital disponibil pentru investiții. Există mai mult capital disponibil deoarece oamenii au ales să consume mai puțin și să economisească mai mult pentru viitor. Prin urmare, producția de bunuri de consum scade. Economia poate astfel susține mai multe investiții în plus față de cele deja în curs. Consumatorii au de câștigat, deoarece se investește *mai mult* capital în producția de bunuri (care vor fi disponibile în viitor). Rata dobânzii mai mică permite utilizarea capitalului neutilizat, deși acest lucru nu exclude transferuri din alte linii de producție. Investițiile suplimentare cresc producția totală a economiei.

Rata de rentabilitate este pur și simplu o indicație a valorii adăugate a unei investiții. Nu contează dacă această rată se modifică din cauza fluctuațiilor costurilor (rate ale dobânzii mai mici) sau ale valorii (vânzări mai mari de bilete). Ceea ce contează pentru antreprenor este rata de rentabilitate preconizată, care se apropie de valoarea relativă adăugată economiei. O producție cu valoare mai mare și costuri de producție mai mici sunt în beneficiul consumatorilor.

Cauza și natura boom-ului artificial

Imaginați-vă că rata dobânzii scade, așa cum s-a menționat mai sus, de la 5 la 1%, dar nu există mai mult capital disponibil pentru investiții. Cum s-ar putea întâmpla acest lucru? Dacă băncile creează monedă nouă și o oferă sub formă de împrumuturi, atunci ratele dobânzilor pe care le percep vor fi reduse în mod competitiv, împingând rata dobânzii de pe piață sub nivelul la care ar fi fost în mod normal (de exemplu, 1% în loc de 5%). Dar aceasta nu este o chestiune de condiții economice diferite – nu există mai mult capital disponibil, ci doar mai mulți bani sub formă de împrumuturi, pentru a cumpăra resursele de care antreprenorii au nevoie pentru a începe și a finaliza proiectele lor de producție. Așadar, semnalul ratei dobânzii pe care antreprenorii se

bazează pentru calculul economic este *artificial* scăzut. Prin urmare, deciziile și acțiunile lor se vor baza pe acest semnal eronat.

Ca și mai sus, rata dobânzii mai mică înseamnă mai multe investiții. În exemplul nostru, antreprenorii vor crea noi companii aeriene (și vor extinde operațiunile companiilor aeriene existente), deoarece această industrie pare mai profitabilă, relativ vorbind. Pe măsură ce antreprenorii cu putere de cumpărare împrumutată (banii noi) intră pe piață și încearcă să stabilească o nouă producție, aceștia cresc cererea de capital și ridică prețurile. Deoarece aceste investiții se realizează în principal în industria aeronautică, care necesită capital intensiv, crește în mod specific cererea de avioane, echipaje și alte resurse utilizate în această industrie. Astfel, prețurile avioanelor sunt mai mari, iar angajații companiilor aeriene, piloții și echipajele de zbor vor câștiga salarii mai mari.

Disponibilitatea crescândă a clienților lor de a plăti semnalează producătorilor de avioane să-și intensifice producția. Pe măsură ce producătorii plasează comenzi pentru aluminiu și alte materiale și încep să angajeze mai mulți ingineri, ofertele lor pentru aceste resurse cresc și prețurile respective. Acest lucru provoacă o explozie a investițiilor, iar prețurile cresc în toate etapele de producție: companiile aeriene, apoi producătorii de avioane, apoi producătorii de aluminiu, apoi minerii. Fiecare etapă înregistrează o creștere a cererii, ceea ce înseamnă că producătorii pot practica prețuri mai mari și obține profituri mai mari, ceea ce îi motivează să își extindă și mai mult operațiunile. Aceste condiții îi motivează și pe alți antreprenori să investească în aceste industrii pentru a obține o parte din profituri. Aceste investiții crescute sunt toate adecvate, având în vedere semnalele: prețurile cresc, ceea ce sugerează că oferta era inadecvată; producătorii au subestimat cererea.

Companiile aeriene noi și în expansiune, care sunt mai dispuse și mai capabile să plătească, depășesc concurența celorlalți utilizatori ai acestor resurse. Alți utilizatori comerciali de aluminiu, cum ar fi producătorii de băuturi răcoritoare, se confruntă cu prețuri mai mari și disponibilitate mai redusă, ceea ce le afectează marjele de profit. Ca răspuns la prețurile mai mari, acești producători își reevaluează planurile de economisire a consumului de aluminiu și iau în considerare alternative. Drept urmare, prețurile băuturilor răcoritoare ar putea crește sau acestea ar putea începe să apară în recipiente de sticlă sau plastic în loc de cutii de aluminiu.

Faptul că aluminiul care ar fi fost disponibil pentru producătorii de băuturi răcoritoare este redirecționat către producția de avioane nu

este atât de nebunesc pe cât ar putea părea. Aici este locul în care aluminiul, conform semnalelor de preț ale pieței, ar trebui să creeze cea mai mare valoare pentru consumatori.[10] Ne-am aștepta ca prețurile adecvate ale pieței să orienteze producția către domeniul în care aduce cele mai multe beneficii, întrucât antreprenorii concurează pentru a satisface consumatorii (așa cum am văzut în capitolul 7).

Dar există o problemă: prețurile mai mari în producția de avioane rezultă din rata artificial scăzută a dobânzii determinată de crearea de bani noi și extinderea creditului de către bănci, și nu din disponibilitatea mai mare a capitalului. Prin urmare, întreaga schimbare a economiei către producția de avioane, inclusiv toate investițiile făcute pentru a susține această producție, și, prin urmare, *îndepărtarea* de alte linii de producție care par relativ mai puțin profitabile, constituie o investiție greșită.

Investițiile greșite înseamnă că investițiile sunt distorsionate structural: unele sectoare ale economiei sunt subexploatate, în timp ce altele sunt supraexploatate. Suprainvestiția în companiile aeriene înseamnă și suprainvestiție în producția de avioane, producția de aluminiu și minerit, cu scopul de a satisface așteptările unei cereri mai mari. Aceste investiții sunt făcute pentru a crește capacitatea de producție, astfel încât să se poată satisface cererea mai mare preconizată pentru transportul aerian (datorită valorii sale anticipate mai mari). Pe măsură ce investițiile cresc și prețurile urcă în anticiparea cererii mai mari, aceste industrii înregistrează o creștere spectaculoasă.

Aceleași industrii, cel puțin în exemplul nostru, s-au extins în același mod și atunci când dobânda a scăzut datorită disponibilității mai mari a capitalului productiv. Diferența este că această nouă expansiune utilizează resurse care nu sunt ușor disponibile, ci sunt transferate din alte industrii în care cererea consumatorilor rămâne în mare parte neschimbată. Prin urmare, schimbarea nu este o chestiune de trecere a economiei de la o linie de producție la alta ca răspuns la schimbările preconizate în ceea ce apreciază consumatorii. În schimb, există o cerere mai mare de capital productiv și forță de muncă *în general*, pe măsură ce antreprenorii stabilesc noi linii de producție, motivați de rata dobânzii artificial mai mică.

---

[10] Exemplul nostru presupune că producătorii de băuturi răcoritoare nu se așteaptă la o cerere suficientă (mai mare) pentru a-și extinde producția, dar dacă ar face-o, și ei ar putea profita de rata dobânzii mai mică pentru a investi în extinderea producției, de exemplu, prin automatizare. Acest lucru ar crește și mai mult cererea în etapele superioare ale producției, deoarece atât producătorii de avioane, cât și producătorii de băuturi răcoritoare ar licita pentru a achiziționa mai mult aluminiu.

Din perspectiva valorii pentru consumator, acest boom este cauzat de suprainvestiții, ca răspuns la semnalul eronat, în companiile aeriene și în procesele de producție de nivel superior care susțin expansiunea transportului aerian *și*, prin urmare, de subinvestiții relative în alte linii de producție. Boom-uri artificiale de acest gen, cauzate de expansiunea creditului, pot apărea în general în proiectele de producție mai lungi. Astfel de investiții greșite distorsionează aparatul de producție al economiei: producția nu mai este aliniată la ceea ce consumatorii doresc cel mai mult (așa cum își imaginează antreprenorii).

Punctul de cotitură

Boomul economic este nesustenabil deoarece constă în mare parte din investiții *greșite*, nu din cauza creșterii rapide a economiei. Ceea ce numim ciclu economic este succesiunea unui boom nesustenabil urmat de o recesiune inevitabilă – o bulă care apoi se sparge. Acest lucru este diferit de progresul sănătos al unei economii. Este util să comparăm cele două.

În primul rând, să ne uităm la creșterea durabilă. Am văzut mai sus că rata dobânzii reflectă disponibilitatea capitalului pentru investiții productive. Când este disponibil mai mult capital, rata dobânzii scade și viceversa. Mai precis, acest lucru se întâmplă atunci când consumatorii sunt mai puțin dornici să cumpere și să consume bunuri în prezent și preferă să economisească o parte mai mare din averea lor pentru viitor. *Preferința lor de timp* este mai mică, ceea ce înseamnă că au orizonturi de timp mai lungi în evaluările lor — se uită mai mult spre viitor decât înainte. Ca urmare, antreprenorii care produc bunuri de consum se confruntă cu o scădere a cererii și o rentabilitate mai mică și, prin urmare, au un stimulent să-și reducă operațiunile și să caute alte oportunități. Unii dintre ei pot ieși din afaceri. Ca urmare, antreprenorii reduc în general producția și vânzarea de bunuri de consum.

Acest lucru eliberează capitalul productiv pentru noi investiții, care sunt acum fezabile și din ce în ce mai profitabile, deoarece creșterea economiilor determină scăderea ratei dobânzii. Astfel, antreprenorii investesc mai mult în procesele de producție care generează bunuri care vor fi disponibile pentru vânzare în viitor. În ansamblu, acest lucru mută capacitatea productivă de la producția pentru consumul prezent la producția pentru consumul viitor. Antreprenorii răspund la semnalele de preț și abandonează producția cu rentabilitate scăzută pentru a căuta rate de rentabilitate mai mari în producția pentru viitor. Acest lucru este în concordanță cu consumatorii care consumă mai puțin și economisesc mai mult (amânând consumul). De fapt,

schimbarea în producție este o chestiune de ajustare a producției acolo unde se așteaptă să producă beneficii mai mari pentru consumatori.

Boomul nesustenabil este diferit. În acest caz, antreprenorii cresc investițiile în producție pentru consumul viitor pe baza ratei dobânzii reduse artificial. Cu alte cuvinte, nu a existat o schimbare corespunzătoare în comportamentul consumatorilor – în schimb, rata dobânzii mai mică îi face pe consumatori mai puțin dornici să economisească (câștigă dobânzi mai mici pentru consumul amânat) și, astfel, încurajează consumul în prezent. Acest lucru provoacă tensiuni în structura de producție, între producția care servește consumului actual (care este în creștere) și investițiile care servesc consumului viitor (care se preconizează că va crește).

Pe de o parte, antreprenorii care produc pentru consumul actual nu observă o scădere a cererii, deoarece consumatorii nu au renunțat la consum. Rentabilitatea produselor lor nu scade, așa că de ce ar reduce activitățile? Astfel, acești antreprenori continuă să concureze pentru materii prime și să plaseze comenzi pentru acestea.

În același timp, rata dobânzii mai mică determină o creștere a investițiilor pentru producția viitoare. Etapele superioare ale producției înregistrează o creștere semnificativă a cererii, deoarece primesc comenzi atât din partea proceselor de producție care deservesc consumatorii în prezent, cât și din partea celor întreprinse pentru a-i deservi în viitor. Rețineți că toate acestea se bazează pe un semnal eronat. Deoarece nu există mai mult capital disponibil, dar există mult mai mulți cumpărători, prețurile sunt ridicate la niveluri foarte mari. Acest fenomen este denumit uneori „bula prețurilor activelor”.

Deși concurența dintre noul orientat spre viitor și vechiul orientat spre prezent poate părea un lucru bun, semnalul eronat trage economia în direcții diferite. Prețurile factorilor de producție sunt majorate ca urmare a suprainvestiției în etapele superioare ale producției (în exemplul nostru, avioane, aluminiu, minerit). Aceste creșteri de prețuri se bazează pe semnalul eronat și, prin urmare, sunt detașate de cererea reală preconizată pentru transportul aerian. Aceste creșteri de prețuri includ salariile lucrătorilor din aceste etape, care au astfel mai mulți bani de cheltuit pentru consumul prezent. Cu o rată a dobânzii redusă artificial, există mai puține stimulente pentru amânarea consumului. Prin urmare, o parte mai mare din salariile câștigate, care sunt acum mai mari datorită boomului economic, este cheltuită pe bunuri de consum, crescând și cererea de bunuri în prezent.

Pe scurt, creșterea durabilă este determinată și susținută de o schimbare în comportamentul consumatorilor: scăderea cererii de consum în prezent, care face disponibil capitalul pentru investiții în etapele superioare ale producției. În contrast, în cazul boom-ului nesustenabil, nu există o schimbare, ci mai degrabă investiții *suplimentare* fără capital productiv suplimentar. Astfel, structura de producție reflectă o cerere mai mare de bunuri de consum atât în prezent, cât *și* în viitor, pe baza ipotezei că există suficiente bunuri de capital disponibile pentru a finaliza toate aceste noi proiecte de producție. Altfel spus, economia, prin acțiunile antreprenorilor care au fost înșelați și induși în eroare de rata artificial scăzută a dobânzii, consumă și investește capitalul disponibil. Ar trebui să fie evident că acest lucru nu este posibil. Nu există suficient capital productiv pentru a susține ambele.

Boom-ul nesustenabil se bazează astfel pe o producție care necesită resurse care nu există. Multe dintre aceste procese de producție, în special cele de nivel superior (departe de consumatori), nu pot fi finalizate deoarece capitalul necesar este prea redus. Acest lucru nu înseamnă că fabricile se trezesc brusc fără resurse, deși pot apărea situații de penurie. Mai degrabă, prețurile activelor sunt licitate la niveluri atât de ridicate încât multe investiții nu mai par profitabile. Antreprenorii descoperă apoi că au făcut erori semnificative în calculele lor și sunt obligați să renunțe la investițiile lor.

Erorile antreprenoriale sunt frecvente pe piață, dar acestea nu provoacă de obicei cicluri de expansiune și recesiune. Ceea ce este unic în ciclul economic este existența unui *număr* mare de erori antreprenoriale simultane. Motivul, așa cum am văzut mai sus, este că antreprenorii au fost induși în eroare să acționeze ca și cum ar fi existat capital disponibil pentru proiectele lor de producție. Dar nu este așa. Extinderea creditului, nu disponibilitatea capitalului, a redus rata dobânzii la un nivel care nu reflectă disponibilitatea reală a capitalului pentru investiții.

Aceasta ridică întrebarea de ce antreprenorii se lasă păcăliți. Nu își dau seama că rata dobânzii este artificial scăzută? Poate că da. Dar acest lucru nu contează, deoarece ei încă se așteaptă să beneficieze de costul mai mic al împrumuturilor. De ce nu ar urmări proiecte pe care le consideră profitabile? Chiar dacă ar fi familiarizați cu teoria ciclului economic și ar ști că economia se află într-o bulă, bula este de fapt extrem de profitabilă. A nu-ți extinde afacerea pe măsură ce bula se umflă este echivalent cu a refuza profiturile. Poate că acest lucru nu pare o problemă foarte gravă, dar investitorii unei afaceri vor avea probabil o altă părere. De asemenea, nu ne putem aștepta ca

concurenții să refuze profiturile, astfel încât inacțiunea le-ar putea permite să-și extindă cota de piață. Drept urmare, a nu te extinde în timpul bulei înseamnă a-ți risca afacerea.

Există, de asemenea, problema afluxului de antreprenori în timpul unei bule speculative. Pe măsură ce prețurile cresc, tot mai multe persoane văd o oportunitate de a obține profituri și un motiv pentru a-și părăsi locul de muncă actual. Astfel, boom-ul îi atrage pe cei care, în alte condiții, nu ar intra pe piață ca investitori. Lipsa lor de experiență sugerează că sunt mai predispuși să comită erori și, prin urmare, să contribuie la investiții greșite în ansamblu.

Măsuri corective

Criza survine rapid. Chiar dacă bula în sine poate fi ușor de identificat, este dificil să se prevadă cu exactitate momentul în care va exploda. Punctul de cotitură real poate fi declanșat de evenimente aparent fără legătură, care pun o presiune suplimentară asupra anumitor investiții greșite și le determină să eșueze. Deoarece aparatul de producție este deja solicitat de cererea mare, dar și de prețurile ridicate, o singură afacere care eșuează poate trage cu ușurință în jos clienții și furnizorii săi, care nu mai pot spera să fie plătiți pentru serviciile prestate. Acest lucru provoacă o serie de eșecuri care dezvăluie amploarea investițiilor greșite din economie.

Masa investițiilor eșuate și, prin urmare, a afacerilor eșuate și a locurilor de muncă pierdute, reprezintă criza. Dar trebuie remarcat faptul că criza nu este un fenomen separat: ea este deja încorporată în boom, ale cărui investiții sunt nesustenabile. De aceea ne referim la secvența boom-criză ca la un ciclu: investițiile greșite care provoacă boom-ul trebuie anulate pentru ca economia să revină pe linia de plutire. Nu este adevărat că boom-ul este o evoluție sănătoasă și că recesiunea poate fi evitată; boom-ul nu este o creștere economică reală, ci o iluzie. Consumatorii se așteptau la altceva. Antreprenorii au făcut investiții care nu au fost motivate de așteptări reale de valoare, ci facilitate de un semnal fals de disponibilitate a capitalului: rata artificial scăzută a dobânzii.

Criza eliberează bunurile de capital investite în mod greșit în procese care nu servesc consumatorilor, astfel încât acestea să poată fi investite acolo unde pot aduce mai multe beneficii. Cu alte cuvinte, alți antreprenori au șansa de a achiziționa capitalul necesar pentru a urmări valoarea pentru consumatori — eșecurile sunt necesare pentru ca investițiile greșite să fie dezvăluite și apoi înlocuite cu investiții productive solide.

Pentru ca criza să restabilească producția sănătoasă, rata dobânzii trebuie să fie lăsată să crească. Dacă este menținută artificial la un nivel scăzut, acest lucru nu va face decât să prelungească procesul de corectare, deoarece noii antreprenori vor fi, de asemenea, induși în eroare, iar erorile structurale vor persista.

9. Intervenţia de reglementare

Prin reglementări, ne referim la restricţiile impuse economiei de către guvern: interdicţii, cerinţe de licenţiere, standarde de calitate sau siguranţă, controlul preţurilor, cote şi subvenţii etc. Deşi diferă în ceea ce priveşte specificul şi scopurile declarate, toate sunt implementate pentru a induce o schimbare în economie.

Dacă reglementările nu schimbă nimic, ele sunt ineficiente. Acest lucru se datorează faptului că restricţiile specifice sunt inaplicabile sau nu sunt aplicate în practică. Ideea este însă că toate reglementările au *scopul* de a impune o anumită schimbare şi că ele contează numai dacă şi în măsura în care reuşesc să facă acest lucru. Reglementările eficiente, indiferent dacă reuşesc sau nu să producă rezultatul dorit, schimbă comportamentele şi, prin urmare, structura economiei.

Unele reglementări sunt impuse producătorilor, în timp ce altele vizează comportamentul consumatorilor. Primele pot impune costuri suplimentare sau interdicţii anumitor producători sau pot reduce artificial costurile altora. Scopul este de a schimba tipurile de proiecte de producţie întreprinse şi, prin urmare, bunurile puse la dispoziţia consumatorilor. Ultimele urmăresc să schimbe comportamentul consumatorilor, ceea ce, la rândul său, afectează producătorii, deoarece aceştia trebuie să răspundă la natura şi structura modificate ale cererii. În ambele cazuri, rezultatul este o schimbare a structurii de producţie a economiei.

Ştim că structura producţiei este determinată de antreprenorii care doresc să obţină profit din satisfacerea nevoilor consumatorilor (capitolul 5). Astfel, pentru ca reglementările să fie eficiente, ele trebuie să influenţeze comportamentul antreprenorilor şi să schimbe proiectele de producţie pe care aceştia aleg să le întreprindă. Rezultatul observabil (ceea *ce se vede*), ceea ce nu s-a produs ca rezultat (contrafactualul sau *nevăzutul*) şi efectele pe termen lung (*nerealizate*) sunt esenţiale pentru înţelegerea impactului reglementărilor.

Cele văzute

Lumea observabilă este punctul de plecare evident pentru a analiza efectele unei reglementări, dar poate fi şi înşelătoare. Este evidentă deoarece este ceea ce putem vedea şi măsura. Dar studierea ei duce şi la erori şi concluzii premature, deoarece, deşi economia reală – *datele* sale – *pare* să ofere fapte clare despre efectele unei reglementări, în realitate nu este aşa.

Într-o lume în care *singura* schimbare care are loc este o reglementare nou impusă, am putea compara cu ușurință starea economiei înainte și după și astfel am putea evalua efectul acesteia. Cu toate acestea, întrucât piața este un proces în continuă schimbare, reglementarea *nu* este în mod cert singura schimbare – ea reprezintă o impunere asupra dezvoltării și evoluției continue a pieței.

Să luăm în considerare cazul impunerii unui salariu minim, care stabilește un preț minim pe piață. Pentru ca o astfel de reglementare să fie eficientă, salariul stabilit trebuie să fie mai mare decât cel pe care îl plătesc deja angajatorii. Dacă salariul pe piață este de 10 dolari pe oră, salariul minim trebuie să impună angajatorilor să plătească o sumă mai mare — trebuie să impună o penalizare sau să interzică angajatorilor să plătească un salariu mai mic decât cel stabilit.

Dacă salariul minim impus prevede ca angajatorii să plătească 14 dolari pe oră, atunci acesta este salariul pe piața liberă. Orice altceva ar fi ilegal. Astfel, comparațiile înainte și după ar da impresia că oamenii câștigă mai mulți bani după impunerea salariului minim. Dar oare este așa? Pentru a afla acest lucru, trebuie să luăm în considerare și situația care ar fi existat dacă nu s-ar fi impus cerința salariului minim – contrafactualul sau ceea ce nu se vede.

Cele nevăzute

„Nevăzutul” se referă la „cealaltă parte” a poveștii – ceea ce s-ar fi întâmplat în mod normal. Deoarece nu se întâmplă, nu îl putem măsura. Cu toate acestea, este costul oricărei acțiuni sau alegeri. Dacă aleg să mănânc friptură la cină, renunț la toate celelalte posibilități pe care le-aș fi putut avea în schimb. Cea mai mare valoare a acestor posibilități este costul economic al alegerii – compromisul este valoarea pierdută.

Fără un scenariu contrafactual, ne uităm doar la beneficiul presupus, fără a lua în considerare costul. Astfel, analiza devine unilaterală și riscăm să pierdem din vedere ceva important. De asemenea, nu putem determina dacă a fost o alegere bună sau rea. A *merita*? Pentru a răspunde la această întrebare, trebuie să cunoaștem costul.

Acest lucru se aplică și reglementărilor precum salariul minim din exemplul de mai sus. Scopul tipic al salariului minim este creșterea salariilor lucrătorilor. Luând în considerare doar aspectele vizibile, reglementarea ar părea un succes, deoarece după impunerea salariului minim nu ar mai exista nimeni care să câștige mai puțin de 14 dolari pe oră. Aceasta ar fi o concluzie prematură, deoarece nu am analizat încă aspectele care nu sunt vizibile.

Trebuie să ne întrebăm, așadar, ce s-ar fi întâmplat dacă salariul minim nu ar fi fost impus. Este important să recunoaștem că salariul minim nu crește în mod miraculos salariile, ci obligă angajatorii să nu angajeze pe nimeni cu un salariu mai mic decât cel stipulat. Acest lucru nu este același lucru cu creșterea salariilor lucrătorilor.

Să luăm ca exemplu un angajator care, înainte de impunerea salariului minim, are trei angajați. Aceștia sunt plătiți cu 7, 10 și, respectiv, 16 dolari pe oră. Motivul pentru care salariile lor sunt diferite este că contribuția lor la valoarea adăugată a angajatorului nu este aceeași. Angajatul care primește 7 dolari pe oră este în perioada de formare profesională, învățând meseria, ceea ce explică salariul mic. Odată format și devenind mai valoros pentru angajator, angajatul se așteaptă să câștige un salariu mai mare în viitor. Angajatul care primește 16 dolari are un set de competențe unice, care sunt deosebit de importante pentru linia de producție a angajatorului, ceea ce face ca contribuția sa să fie mai mare. Acest angajat ar putea găsi cu ușurință un loc de muncă în altă parte dacă ar fi plătit mai puțin. Angajatul care câștigă 10 dolari nu are nicio expertiză specială în afară de experiența profesională și, prin urmare, câștigă salariul de piață pentru angajații obișnuiți, proporțional cu contribuția sa la procesul de producție.

Angajatorul nu ar fi dispus să plătească nimănui dintre acești lucrători mai mult decât contribuția lor la valoare. Ei sunt angajați pentru a contribui la valoarea creată, nu pentru a o diminua. A le plăti mai mult ar fi un act de caritate – consum, nu producție. Lucrătorii nu câștigă mai puțin decât contribuția lor la valoare, deoarece, dacă ar fi așa, alți angajatori i-ar putea angaja în mod profitabil cu un salariu mai mare.

Să presupunem că se impune un salariu minim de 14 dolari pe oră. Acest lucru înseamnă că angajatorul nu mai are voie să plătească nimănui mai puțin de 14 dolari pe oră. Angajatorul trebuie să decidă dacă să dubleze salariul lucrătorului în formare și să majoreze cu aproape jumătate salariul lucrătorului care câștigă 10 dolari pe oră. Al treilea lucrător, care câștigă deja 16 dolari pe oră, nu este afectat în mod direct. Angajatorul va renunța probabil la lucrătorul în formare, deoarece productivitatea acestuia este mai mică decât a unui lucrător obișnuit, dar salariul său este acum același.

Angajatorul nu își poate permite să majoreze pur și simplu salariul de 10 dolari al angajatului, deoarece contribuția acestuia este mai mare de 10 dolari, dar mai mică de 14 dolari. Însă, prin modificarea procesului de producție, reducerea beneficiilor și eliminarea altor avantaje, cum ar fi pauzele de cafea de după-amiază, acest angajat

poate fi păstrat la un salariu mai mare, de 14 dolari. Cel puțin pentru moment.

Prin urmare, se observă că acest angajator plătea un salariu mediu de 11 dolari pe oră înainte de introducerea regulamentului și 15 dolari pe oră după introducerea acestuia. Un câștig evident! Regulamentul a funcționat. A crescut în mod miraculos salariile lucrătorilor.

Ceea ce nu se vede, însă, prezintă o imagine diferită. Dacă în economie nu s-ar fi întâmplat nimic care să schimbe productivitatea lucrătorilor sau profitabilitatea afacerii, ar fi existat trei lucrători angajați cu un total de 33 de dolari pe oră. Acum, în schimb, există doi lucrători cu un total de 30 de dolari pe oră. De asemenea, angajatul cu salariul mai mic lucrează acum mai mult pentru a-și justifica salariul mai mare.

A meritat impunerea acestei reglementări? Economia nu poate răspunde la această întrebare, deoarece este vorba de o judecată de valoare. Dar poate identifica rezultatul reglementării și, prin urmare, poate arăta dacă reglementarea și-a îndeplinit promisiunea de a crește salariile lucrătorilor (a făcut-o, pentru un lucrător, dar a dus și la concedierea altui lucrător).

Povestea nu se oprește aici, deoarece ceea ce se vede și ceea ce nu se vede iau în considerare doar efectele din prezent. Cu toate acestea, după cum știm acum, economia este un proces – lumea în care trăim astăzi are implicații și pentru viitor.

Cele nerealizate

Înțelegerea faptului că piața este un proces oferă o perspectivă mai profundă asupra efectului real al reglementărilor asupra economiei, dincolo de aspectele vizibile și invizibile. Pentru a vedea cum, vom continua exemplul salariului minim și vom analiza logica pas cu pas, cu și fără reglementare.

După ce salariul minim a fost impus, lucrătorul în formare este concediat. În loc să câștige bani și să dobândească experiența necesară pentru a-și propulsa cariera, el este acum în căutarea unui loc de muncă. Cu toate acestea, întrucât toți angajatorii sunt obligați să plătească 14 dolari pe oră, pragul pentru a obține un loc de muncă este mult mai ridicat decât înainte. Fără formare, lucrătorul care abia începe nu poate găsi un loc de muncă în care să contribuie cel puțin atât la rezultatul final și, întrucât nu poate dobândi experiența care i-ar crește productivitatea, rămâne șomer.

Între timp, angajații care și-au păstrat locurile de muncă sunt din ce în ce mai frustrați. Cei mai bine plătiți se simt tratați nedrept, deoarece nu au primit o mărire de salariu, în timp ce colegii mai puțin productivi

au beneficiat de o creștere de 40% fără un motiv evident. În plus, presiunea de a performa este acum mai mare, iar lucrătorii mai calificați sunt obligați să-i ajute pe cei mai puțin calificați pentru ca producția să se desfășoare fără probleme. Era mai bine când erau trei lucrători, chiar dacă al treilea era încă în perioada de învățare. Acum, cei doi se străduiesc să producă ceea ce cei trei produceau cu ușurință înainte.

La rândul său, muncitorul calificat consideră că merită o mărire de salariu și este nemulțumit că a pierdut unele beneficii de care se bucura înainte. Își amintește de timpurile când putea să ia o pauză de cafea, să discute cu colegii, să se relaxeze și să se destindă. Acum îi este mai greu să țină pasul și se simte epuizat pe măsură ce se apropie weekendul. Fără a mai menționa că muncitorului i s-a spus să nu se aștepte la o mărire de salariu în viitorul apropiat, deoarece productivitatea sa nu justifică o remunerație mai mare.

Acest lucru se observă în cazul unui salariu minim impus de 14 dolari pe oră.

Într-o lume contrafactuală, în care nu există salariu minim, toți cei trei muncitori își păstrează locurile de muncă. Inițial, ei sunt plătiți la fel ca înainte: 7, 10 și, respectiv, 16 dolari pe oră. Dar, pe măsură ce lucrătorul în formare câștigă experiență, productivitatea lui crește, iar angajatorul îi mărește salariul, mai întâi la 8 dolari, apoi la 10 dolari, când ajunge la același nivel de productivitate ca și ceilalți lucrători de pe piața muncii. De ce ar mări angajatorul salariul? Poate că măririle salariale au fost convenite anterior. Sau poate că angajatorul dorește să plătească lucrătorului un salariu echitabil, deoarece, în caz contrar, acesta ar căuta și ar obține un loc de muncă mai bine remunerat în altă parte.

Ceilalți doi muncitori își cresc și ei productivitatea și primesc măriri de salariu. Angajatorul își poate permite acest lucru deoarece nu a trebuit să mărească salariul unei singure persoane cu 40%, ci și pentru că muncitorii produc o valoare mai mare. Muncitorii sunt plătiți cu salarii mai mari deoarece contribuie cu o valoare mai mare și, prin urmare, contribuie la bogăția și bunăstarea combinată a companiei și a societății în general. Astfel, în scurt timp, ei sunt plătiți cu 10, 12 și, respectiv, 17 dolari pe oră – un total de 39 de dolari pe oră, o creștere de 18% plătită din creșterea producției.

Dar asta nu este tot. Salariile câștigate de cei trei muncitori reprezintă puterea lor de cumpărare, pe care o folosesc pentru a achiziționa bunuri produse de alții. Cererea muncitorilor, rezultat al contribuției lor la ofertă, face posibilă generarea de venituri în alte întreprinderi.

Acum putem observa că diferența dintre ceea ce se vede și ceea ce nu se vede – costul reglementării – nu se rezumă doar la șomer. Acesta este efectul imediat, care reduce producția totală, dar crește salariul marginal și producția (prin excluderea lucrătorului cu cea mai scăzută productivitate). Cu toate acestea, se pierde și experiența pe care acest lucrător ar fi dobândit-o și, prin urmare, productivitatea sa crescută în timp. Se pierd locurile sale de muncă viitoare și, poate, cariera sa. Se pierde și producția sa crescută și, prin urmare, valoarea pe care ar fi creat-o pentru consumatori, care nu vor putea achiziționa acele bunuri.

Cele nerealizate sunt toate acele oportunități valoroase care nu se concretizează niciodată din cauza reglementării: valoarea bunurilor care ar fi fost produse, cariera stagiarului, cererea de bunuri a lucrătorilor. Economia se află pe o traiectorie generală de scădere a valorii, ceea ce înseamnă că pierderea reprezintă toată valoarea care ar fi fost obținută în alte condiții.

Acest lucru nu ar trebui să fie surprinzător, deoarece producția pe piața liberă, deși imperfectă, este condusă de antreprenori care caută să obțină profit din satisfacerea nevoilor consumatorilor. Când această ordine este perturbată, antreprenorii nu pot urmări ceea ce consideră a fi utilizările cu cea mai mare valoare ale resurselor limitate. Acest lucru înseamnă că proiectele cele mai productive – inclusiv oportunitățile de locuri de muncă pe care le creează, cu salarii bazate pe contribuția la valoarea așteptată *și* bunurile cu cea mai mare valoare pentru consumatori – vor fi pierdute. Ceea ce nu se realizează reprezintă adevăratul cost al reglementărilor și depășește cu mult ceea ce nu se vede.

Concluzii: Acţiune şi interacţiune

Nimic din economia de piață nu este magic. Așa cum am încercat să arăt, piața este destul de reală și banală. Funcționează într-un mod cert și cunoscut; are un comportament specific, care rezultă din acțiunile și interacțiunile oamenilor.

Ne referim la acest comportament ca la *legi economice*, care sunt legi în același sens ca și legile fizicii. Nu există nicio modalitate de a le evita. Ele sunt imuabile.

Criticii susțin că piețele nu au natură, că nu există legi economice sau că acestea nu se aplică întotdeauna. Uneori, ei susțin că piețele sunt sau trebuie să fie concepute și să funcționeze într-un „vid instituțional". Dar aceasta este o neînțelegere. Schimbarea circumstanțelor va modifica *rezultatul* procesului de piață, dar piețele nu funcționează diferit, indiferent de cadrul instituțional.

Bunurile și serviciile specifice produse, numărul de locuri de muncă disponibile, distribuția valorii create etc. nu sunt determinate *numai* de legile economice. Dar ele sunt cu siguranță supuse acestor legi. În condiții egale, un preț mai mare pentru un bun înseamnă că se va vinde o cantitate mai mică decât în cazul în care prețul ar fi fost mai mic. Acest lucru nu înseamnă că alte influențe nu au niciun efect.

De exemplu, dacă guvernul ar impune tuturor să cumpere un anumit bun în luna următoare, cantitatea cerută ar crește chiar și în cazul în care prețul acelui bun ar crește. Același lucru s-ar întâmpla și dacă, în loc de o cerință impusă, o nouă modă ar face ca mulți oameni să dorească să cumpere acel bun. În niciunul dintre aceste cazuri legile economice nu sunt ocolite sau ignorate. Dimpotrivă, ambele rezultate sunt în conformitate cu legile economice, dar depind de schimbarea specifică.

Prin urmare, *trebuie* să înțelegem legile economice pentru a înțelege economia de piață și evoluția procesului de piață. Numai printr-un raționament economic adecvat putem descoperi funcționarea reală a economiei și înțelege procesul de piață. Dacă acum înțelegeți acest lucru, înseamnă că am reușit.

Rezultatele specifice sunt imposibil de înțeles – și cu atât mai puțin de prevăzut – dacă nu înțelegem mai întâi cum funcționează piețele. Aceasta înseamnă că *cunoștințele economice* sunt un punct de plecare necesar pentru elaborarea unor politici eficiente. Reglementările, pe

care le-am discutat în capitolul 9, trebuie să țină cont de legile economice.

Dacă nu înțelegem economia de piață, nu putem înțelege efectele pe care le vor avea reglementările — și este foarte probabil ca acestea să fie nu numai ineficiente, ci și distructive.

Cunoștințele economice sunt antidotul împotriva politicilor distructive. Dar sunt mult mai mult decât atât. Cunoștințele economice ne deschid mintea, deoarece ne permit să înțelegem cu adevărat cum funcționează lumea.

Lecturi suplimentare

Cărți pentru începători

Ammous, Saifedean. *Principles of Economics.* Amman, Jordan: The Saif House, 2023.

Bastiat, Frédéric. *That Which Is Seen and That Which Is Not Seen* (1850). In vol. 1 of *The Bastiat Collection,* 1-48. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2007.

Bylund, Per L. *The Seen, the Unseen, and the Unrealized: How Regulations Affect Our Everyday Lives.* Lanham, MD: Lexington Books, 2016.

Hazlitt, Henry. *Economics in One Lesson.* New York: Three Rivers Press, 1979.

Murphy, Robert P. *Choice: Cooperation, Enterprise, and Human Action.* Oakland, CA: Independent Institute, 2015.

Tratate de economie

Menger, Carl. *Principles of Economics.* Translated by James Dingwall and Bert F. Hoselitz. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2007.

Mises, Ludwig von. *Human Action: A Treatise on Economics*, scholar's ed. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 1998.

Rothbard, *Man, Economy and State: A Treatise on Economic Principles.* 2 vols. Princeton, NJ: D. Van Nostrand, 1962.

Antreprenoriat și creștere economică

Bylund, Per L. *The Problem of Production: A New Theory of the Firm.* London: Routledge, 2016.

Foss, Nicolai J., and Peter G. Klein. *Organizing Entrepreneurial Judgment: A New Approach to the Firm.* Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

Kirzner, Israel M. *Competition and Entrepreneurship.* Chicago: University of Chicago Press, 1973.

Schumpeter, Joseph A. *Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle.* Translated by Redvers Opie. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

Calculul economic și socialismul

Boettke, Peter J. *Calculation and Coordination: Essays on Socialism and Transitional Political Economy*. London: Routledge, 2001.

Hoff, Trygve J. B. *Economic Calculation in the Socialist Society*. Indianapolis, IN: Liberty Press, 1981.

Huerta de Soto, Jesús. *Socialism, Economic Calculation, and Entrepreneurship*. Translated by Melinda Stroup. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2010.

Mises, Ludwig von. *Socialism: An Economic and Sociological Analysis.* Translated by J. Kahane. new ed. New Haven, CT: Yale University Press, 1951.

Bani și bănci

Lavoie, Donald. *Rivalry and Central Planning: The Socialist Calculation Debate Reconsidered.* Cambridge: Cambridge University Press, 1985.

Menger, Carl. *On the Origins of Money.* Translated by C. A. Foley. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2009.

Mises, Ludwig von. *Bureaucracy.* New Haven, CT: Yale University Press, 1944.

Mises, Ludwig von. *The Theory of Money and Credit.* Translated by J. E. Batson. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2009.

Rothbard, Murray N. *The Mystery of Banking.* 2nd ed. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2008.

Rothbard, Murray N. *What Has Government Done to Our Money?* 5th ed. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2010.

Salerno, Joseph T. *Money: Sound and Unsound.* Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2010.

Teoria capitalului și producția

Bohm-Bawerk, Eugen von. *Capital and Interest: A Critical History of Economical Theory.* Translated by William Smart. London: Macmillan, 1890.

Garrison, Roger W. *Time and Money: The Macroeconomics of Capital Structure.* London: Routledge, 2000.

Hayek, Friedrich A. *Prices and Production.* 2nd ed. New York: Augustus M. Kelly, 1935.

Hayek, Friedrich A. *The Pure Theory of Capital.* Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2009.

Kirzner, Israel M. *An Essay on Capital.* New York: Augustus M. Kelley, 1996.

Lachmann, Ludwig M. *Capital and Its Structure.* Kansas City, KS: Sheed Andrews and McMeel, 1978.

Lewin, Peter. *Capital in Disequilibrium: The Role of Capital in a Changing World.* Abingdon, Oxfordshire, UK: Routledge, 1998.

Ciclurile economice

Ebeling, Richard M., ed. *The Austrian Theory of the Trade Cycle and Other Essays*. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 1996.

Huerta de Soto, Jesús. *Money, Bank Credit, and Economic Cycles*, translated by Melinda A. Stroup, 4th ed. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2020.

Mises, Ludwig von. *The Theory of Money and Credit.* Translated by J. E. Batson. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2009.

Rothbard, Murray N. *America's Great Depression.* 5th ed. Auburn, AL: Mises Institute, 2000.

Rothbard, Murray N. *The Panic of 1819: Reactions and Policies.* Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2007.

Temin, Peter. *Lessons from the Great Depression.* Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

Metodă și logică economică

Gordon, David. *An Introduction to Economic Reasoning.* Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2000.

Hoppe, Hans-Hermann. *Economic Science and the Austrian Method.* Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2007.

Mises, Ludwig von. *Theory and History: An Interpretation of Social and Economic Evolution.* Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 2007.

Mises, Ludwig von. *The Ultimate Foundations of Economic Science: An Essay on Method.* New York: D. Van Nostrand, 1962.

Selgin, George A. *Praxeology and Understanding: An Analysis of the Controversy in Austrian Economics.* Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute, 1990.

TERRA LIBERTAS